Ciudades

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya | año 16 - Nro. 63 | Febrero 2017

Entrevista al Dr. Leonardo Costa

Leyes - Normas - Lavado de Activos Cambios Tributarios - Inclusión Financiera - Bancarización

Pág. 13
Cra. Tania Robaina
Modificaciones en el IRPF

Pág. 18
Lic. Diego Borges
Olvídese del Mercado (Concéntrese en la Persona)

Pág. 32
Dr. Daniel Zulamian
Valor del Costo del m2 en Construcción

FIDECIU

GARANTÍA DE ALQUILER

AHORA EL TIEMPO ES TUYO

**Todo más simple,
más ágil, sin traslados
y desde
tu propia inmobiliaria.**

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

comag

www.fideciu.uy - Tel.: 2909 1111 - garantia@fideciu.uy - /fideciu garantia de alquiler

SUMARIO

2 **Destacados**
4 **Editorial**
6 **Nota Central** Entrevista al Dr. Leonardo Costa
8 **Cr. Alfredo Kaplán** Nuevas disposiciones en relación a Megaproyectos Inmobiliarios.
10 **Dr. Alfredo Tortorella** "DUEÑO VENDE" ¿SABE VENDER ?
13 **Cra. Tania Robaina** Modificaciones en el IRPF
14 **Cr. Fabián A. Biasco** Impuesto a las Rentas de las Personas Físicas (IRPF) Residencia Fiscal
16 **José Luis Pérez Collazo** Período de rebajas
18 **Lic. Diego Borges** Olvídese del mercado (Concéntrese en la persona)
22 **Arq. Aldo Lamorte** Trump proclama la "Semana Nacional" por la libre elección de centro escolar
24 **Aníbal Abreu** Verano del 2017
30 **Esc. Aníbal Durán Hontou** Ingredientes que no terminan de digerirse.
32 **Doctor Daniel Zulamián** Valor de costo del M2 en construcción.
34 **Dr. W. Alberto Puppo** Crónica de una prórroga anunciada
38 **Ing. Eduardo Lanza** Mi pasión, mi vino, mi Sismo
40 **CNCS 150 años de libertad**
42 **Departamentos de estudios económicos**
46 **Prof. Samy Borensztejn** Vencer Paradigmas, una posibilidad que tienta y atemoriza
48 **Una uruguaya en Hollywood**
52 **Matías Medina** ¿Profesionalismo? Rol del Operador Inmobiliario Profesional
54 **Dr. Leandro Mestre - Dr. Martín Giura** Las 7 claves para hacer una empresa exitosa
56 **Gabriel Sosa Díaz** "Personal Shopper Inmobiliario"
58 **Ec. María Dolores Benavente** Tiempos de balances
61 **Libros recomendados**
62 **Cr. Carlos Saccone** Empresas ¿Públicas?

CILA

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL URUGUAY

CIU

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

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: Lic. Ramón Borges
Realización: V&B Comunicación
info@vybcomunicacioninteligente.com
www.vybcomunicacioninteligente.com
Diseño y diagramación: Michel Du Pré
www.micheldupre.com.uy

DESTACADOS

Pág. 8
Cr. Alfredo Kaplán
Nuevas disposiciones en relación a Megaproyectos Inmobiliarios.

Pág. 10
Dr. Alfredo Tortorella
"Dueño Vende" ¿Sabe Vender?

Pág. 16
José Luis Pérez Collazo
Período de rebajas.

Pág. 30
Aníbal Durán
Empresas...¿Públicas?

Pág. 38
Ing. Eduardo Lanza
Mi pasión, mi vino, mi Sismo.

Pág. 40
CNCS 150 años
CNCS. 150 años de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay.

Pág. 52
Matías Medina
¿Profesionalismo? Rol del Operador Inmobiliario Profesional. Tecnología aplicada a la actividad inmobiliaria.

Pág. 56
Gabriel Sosa Díaz
Personal Shopper Inmobiliario.

ENTRÁS → ENCONTRÁS → COMPRÁS

¿BUSCÁS UNA CASA?

No pases más tiempo buscando, encontrá.
Encontrá el nuevo Gallito. Papel y digital.
Encontralo renovado, fácil de usar y más económico.

gallito
GRANDES ENCUENTROS

www.gallito.com

El Este es una fiesta, para casi todos.

El mercado inmobiliario frente a la encrucijada del futuro.

Gabriel Conde
Presidente CIU - 2014 - 2017

Los medios de comunicación nacionales e internacionales no dejan de dar cifras y datos prometedores sobre la temporada veraniega en nuestro país. "Muy auspiciosa", "Temporada record", "casi un paraíso", "Boom turístico", etc. Son expresiones comunes que todos hemos escuchado, al referirse a la presente temporada. Es más, ya se estima que el incremento de turistas que ingresan a nuestro país de un año a otro ronda el 15 %.

Sin embargo para nuestros colegas de Maldonado y Rocha, el trabajo de las inmobiliarias ha bajado hasta un 50 % con respecto al año pasado. En lo que algunos de ellos califican como una de las peores temporadas de los últimos años. A esta altura es indiscutible: la mayor parte del mercado inmobiliario, pasa por el mercado informal. De hecho, se calcula que solo el 15 % del mercado de alquileres por temporada pasa por las inmobiliarias.

Solo en el Departamento de Maldonado han cerrado unas 50 inmobiliarias, lo que representa más de un 15 % de las inmobiliarias habilitadas por el Ministerio de Turismo. Es duro, pero lamentablemente real. Al tradicional informalismo local y regional, que compite deslealmente y evade impuestos alegremente, etc., ahora se le suman las aplicaciones y páginas web internacionales.

Según las autoridades de nuestro país, el tema de las aplicaciones es un "problema complejo que no ha logrado resolver ningún país del mundo". El asunto es que ahora podrá ser más complejo, pero escandalosamente tampoco se abordó cuando era más simple. Las dos principales aplicaciones, extra región, se internacionalizaron entre 2006 y 2008.

Sin embargo en los países de origen de esas empresas y en la inmensa mayoría de los países donde no se ha podido resolver el tema, si existe regulación por ley del mercado inmobiliario. Nosotros, los miembros de la CIU, vamos a cumplir tristemente los 30 años de lucha en pos de la regulación por Ley de la Actividad Inmobiliaria, por la cual sin dudas seguiremos luchando.

Lo que personalmente nos duele, es que detrás de cada una de las empresas que cierra, hay personas, familias, aspiraciones y sueños genuinos. Tal vez muchos políticos uruguayos, no saben cómo es trabajar en una inmobiliaria. Tal vez piensen que se gana "plata fácil", que los inmobiliarios "nadan en plata", que es solo "sentarse a pescar".

Nadie habla de las 12 o 14 horas que trabajan la mayoría de los inmobiliarios, de la enorme cantidad de controles o de la presión tributaria. Nadie habla de que la mayoría de las inmobiliarias de este país, no son ni siquiera pymes, el 80 % son directamente pequeñas empresas. Personas que trabajan sábados y domingos, empresas que tienen cuando mucho, uno o dos empleados.

Personas y empresas que han sido dejadas desamparadas por el estado uruguayo, no solo frente al informalismo tradicional, sino frente a estos verdaderos gigantes, que no aportan en nuestro país, pero si en sus países de origen, lo que constituye no solo una desigualdad sino un perjuicio flagrante para la sociedad uruguaya.

En 30 años han pasado gobiernos de todos los partidos políticos, y sin embargo el Estado, no solo no ha regulado la actividad, sino que tampoco ha hecho lo suficiente para aplicar la legislación vigente y los controles necesarios y posibles para combatir el informalismo. Cuando no hay controles, el informalismo crece y crece, hasta llegar al punto donde nos encontramos.

El Estado uruguayo no puede declararse neutral, si no es parte de la solución, es entonces parte del problema; por lo tanto el Estado uruguayo es el principal promotor del informalismo en nuestro país, desde el momento en que no hace nada por combatirlo.

El mercado inmobiliario no volverá a ser el mismo ya que hay ciertos procesos que son irreversibles, entonces el futuro nos plantea la siguiente encrucijada: ¿Dejaremos que lentamente el informalismo termine por devorarse la actividad inmobiliaria? ¿Dejaremos que el mercado se concentre en grandes empresas transnacionales? ¿O defenderemos el trabajo honesto y legal como el país serio y cristalino que queremos ser?

Nota Central

Entrevista al Dr. Leonardo Costa

Dr. Leonardo Costa

¿Cuáles son los principales cambios normativos por los que ha transitado el sector inmobiliario en los últimos años?

En los últimos años ha habido varias leyes con impacto para el sector inmobiliario. La inclusión como sujeto obligado en materia de prevención del lavado de activos quizás haya sido el más importante. Asimismo, la ley de inclusión financiera y algunas modificaciones tributarias también tuvieron repercusión en el sector, sobre todo en lo vinculado a transparencia fiscal, intercambio automático de información tributaria y bancarización de las operaciones que involucran inmuebles.

Ejemplo reciente de esto es la aprobación de la Ley de Transparencia Fiscal, que introduce el intercambio automático de información tributaria y algunos cambios impositivos en las sociedades off shore. Esto repercute directamente en el sector inmobiliario porque cambia la planificación a la hora de estructurar las inversiones.

De igual manera sucede con la firma del Convenio de Intercambio de Información Tributaria con Argentina, y ahora la Ley argentina de sinceramiento fiscal; es decir, también significan cambios normativos que impactan al sector ya que hay muchos argentinos invirtiendo en inmuebles en nuestro país.

¿Qué obligaciones se le exigen a las inmobiliarias en materia de prevención de lavado de activos?

Ya desde la Ley 17.835 del año 2004 las inmobiliarias son sujetos obligados a reportar operaciones inusuales o sospechosas de lavado de activos. En este marco, el Decreto 355/010 regula las obligaciones concretas que se deben cumplir, las cuales refieren a identificación del cliente y del origen de los fondos -eventualmente realizando el reporte a la UIAF-, registro y resguardo de esta información y capacitación del personal.

Actualmente se está trabajando en una reglamentación específica para el sector pero aún se encuentra en etapa de anteproyecto.

Por otra parte, en una reciente Ley de Rendición de Cuentas se ampliaron las potestades de la SENACLAFT, que es el organismo que controla que estas obligaciones se cumplan. Por lo que en este sentido el control estatal se hizo más intenso y, en contrapartida, es necesario que las empresas tomen mayores precauciones en cada transacción, dando cumplimiento a las exigencias del sector.

Concretamente ¿cuáles son los cambios que introdujo la Ley de Transparencia Fiscal?

La Ley 19.484 es la que pone a Uruguay a punto con las obligaciones establecidas en los compromisos internacionales asumidos por nuestro país en materia de transparencia fiscal.

Si bien ésta contiene disposiciones acerca de diversos temas relacionados entre sí, el punto central de la ley radica en que a partir de 2017 las instituciones financieras deberán informar a la DGI los valores, promedios anuales y rentas abonadas de las cuentas abiertas por sus clientes, sin posibilidad de oponer el secreto bancario a estos efectos. Parte de esta información se intercambiará luego en forma automática con otros Estados.

Entonces ¿podríamos decir que estamos ante el fin del secreto bancario?

El secreto bancario está previsto en el art. 25 del Decreto Ley 15.322 y dicha norma no ha sido derogada, por lo que a la fecha se encuentra vigente. Lo que hacen este tipo de normas es de alguna manera "permearlo", volviéndolo inoponible frente a las obligaciones dispuestas en materia de reportes de información a ciertos organismos, por lo que con esta última Ley se encuentra fuertemente debilitado.

¿Cómo cambia la tributación si el titular de un inmueble es una off shore?

Otro de los aspectos que modificó la Ley 19.484 es la tributación de las compañías residentes o domiciliadas en países o jurisdicciones de baja o nula tributación (lo que comúnmente se llama BONT).

Es usual que algunas personas físicas, residentes o no en Uruguay, tengan uno o más inmuebles en titularidad de una sociedad. Si esta es una BONT se verá incrementada la alícuota de IRNR a abonar para el caso de la venta o arredramiento, la que será del 30.5 %

Si en lugar de vender el inmueble, lo que se vendieran fueran las acciones de esta entidad también se comenzará a tributar el 2,4 % por IRPF o IRNR.

A esto se adiciona el aumento de la alícuota a pagar por Impuesto al Patrimonio que se eleva del 1,5 % a un 3 %.

Se busca desincentivar el uso de estas sociedades e incluso se establece un régimen de transición permitiendo el cambio de titularidad del inmueble hasta el 30 de junio de 2017 sin carga impositiva, procurando la clausura de estas sociedades.

Sin lugar a dudas estos temas poseen un importante impacto en el sector inmobiliario y deben ser analizados caso a caso para proyectar las consecuencias que esta normativa tiene en cada cliente.

Nuevas disposiciones en relación a Megaproyectos Inmobiliarios

Cr. Alfredo Kaplán
Director del Estudio Kaplan
(Asesor Financiero de APPCU)

En relación al artículo anterior podemos plantear que se actualizó en el mes de Enero el decreto 329/016 y está por ser aprobada una circular precisando algunos temas vinculados al cómputo del 20 % de espacios comunes.

Deseo plantear una serie de comentarios:

a) todo mecanismo de promoción de inversiones es positivo.

b) Creo que en forma positiva se agrega el tema viviendas, oficinas y obras en construcción, que no estaban anteriormente contempladas en el decreto.

c) Filosóficamente no estoy de acuerdo en que sean solamente proyectos en números redondos de más de U$D 15.000.000, creo que por lo menos proyectos medianos de más de U$D 5.000.000, podrán ser promovidos con un porcentaje menor de exoneración de IRAE para ser coherentes con el sistema proyectado.

d) Con esta circular queda claro que los locales no están comprendidos dentro de los activos elegibles. En mi interpretación, si lo está el costo de la obra de construcción de los garajes del edificio.

e) Esta circular proyectada hace mucho más estricto el 20 % que debe tener el edificio de área destinado a usos comunes. No irían en el cómputo: ni los garajes, ni los palier, ni la recepción de planta baja...Si podría ir a mi juicio un solárium en la azotea del edificio.

f) Ese cómputo de 20 % dificulta mucho el cumplimiento en la ciudad de Montevideo. Sería bueno situarnos más cercanos a la filosofía de tomar en cuenta en el cómputo: recepción, garajes, escaleras, etc. para poder acceder fundamentalmente en Montevideo a llegar al 20 % de espacios comunes.

g) Es claro que los metros no computables deberían jugar en el numerador y en el denominador. En otras palabras, cuando se hace el cociente no había que incluir los metros de garaje, palier, escaleras, ascensores, etc., ni en los bienes comunes, ni en los metros construidos.

h) En la nueva redacción del decreto se habla de obras nuevas de hasta 36 meses a partir del permiso de construcción.

i) Los proyectos deben ser presentados antes del 31/12/2017.

j) En los casos de reactivación de obras, el proyecto deberá ser presentado antes del 30/06/2017.

k) Los 36 meses no podrán extenderse más allá del 31/12/2020.

Estos comentarios son viendo los borradores de circulares aclaratorias del decreto. Luego podremos opinar con más precisión.

viasono.com.uy

SUMMER SALE

HUNDIMOS LOS PRECIOS HASTA UN

50% OFF

SOLO POR FEBRERO

Punta Carretas
Ellauri 435
T. 2711 1115

Ellauri 397
T. 2712 0026

Punta del Este
Av. Italia y Atacama
T. 4248 1138

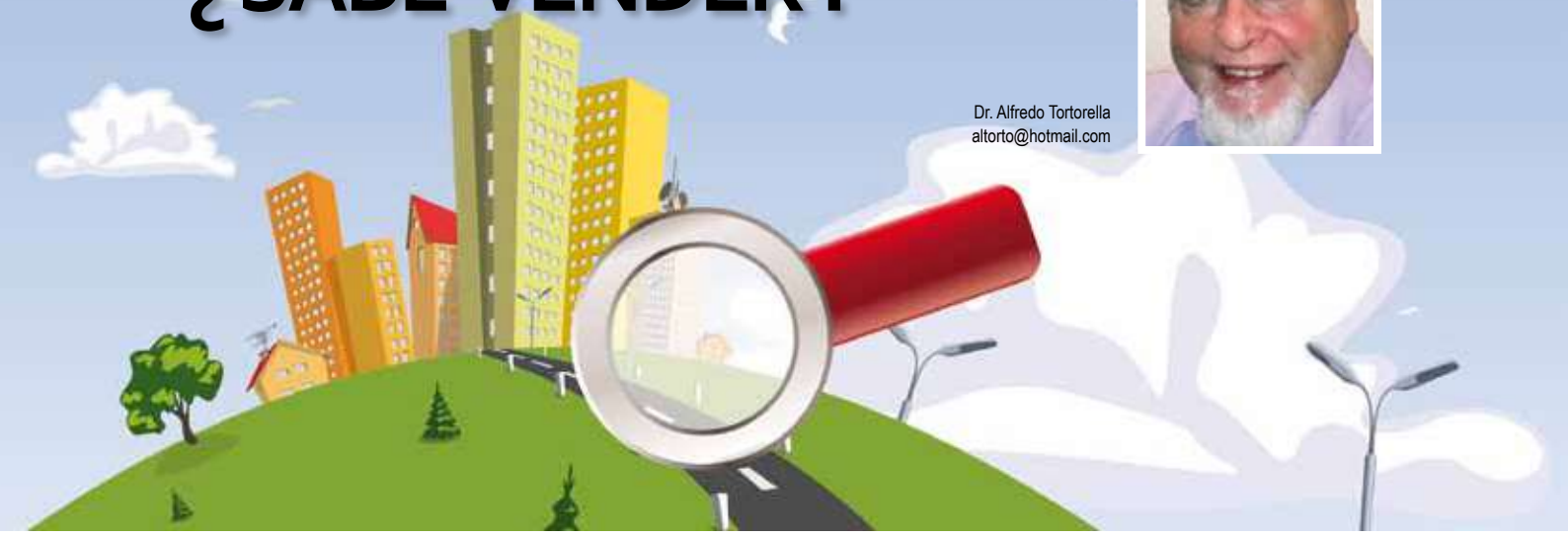
Pocitos
Luis A. de Herrera 1349
T. 2623 1606

Carrasco
Avda. Italia 6190
T. 2604 2546

VIA SONO

"DUEÑO VENDE" ¿SABE VENDER?

Dr. Alfredo Tortorella
altorto@hotmail.com



Sr. Propietario: "dime con qué estrategia estás actuando... y te diré quién eres"

FELIZ AÑO 2017 ...!!
también para Usted, futuro Cliente.

Lo que sigue, bajo forma de carta, puede ser también un conjunto de argumentos, que debemos saber esgrimir ante estos incrédulos y desconfiados propietarios, que, descartan (¿o desprecian?) al profesional por: ignorancia, desidia, desconfianza o tacañería... (vaya uno a saber)!

Estimado Sr. PROPIETARIO :

Vender una propiedad inmueble NO ES simplemente: cambiar de mano una cosa, ni entregar las llaves de la propiedad a cambio de un cierto dinero (precio pactado). ...Sino que, lo que se transfiere es: un DERECHO de PROPIEDAD.

Por lo tanto, antes que nada, debemos recordar (y subrayar) que el aspecto JUDÍDICO-DOCUMENTAL es absolutamente fundamental.

Muchos propietarios creen (de buena fe) tener sus "Papeles" en orden, porque confían en el Escribano que hace varios años intervino en su compra. Pero, nuestra experiencia de más de 30 años, vienen demostrando que no siempre es así. **Y esto no significa agraviar ni quitarle mérito a ningún Profesional.** Es altamente conveniente

"curarse en salud" y valorar en forma anticipada las bondades ACTUALES de TODA la documentación (TÍTULOS, PLANOS, REGLAMENTOS, ETC.), a fin de detectar, desde ya, sus eventuales carencias y buscar la forma rápida y efectiva de subsanarlas y/o complementarlas. Las Leyes y reglamentaciones (B.P.S., Intendencia, etc.) van cambiando y entonces: lo que fue "bueno, correcto y completo" hace varios años, hoy puede que ya no lo sea. Además, las propiedades sufren cambios por modificaciones o arreglos (reformas) y no siempre se regularizaron. En buen romance, aun teniendo los documentos aparentemente "completos", pueden no estar "al día"!... Y ni hablar de TRÁMITES SIN TERMINAR, EJEMPLOS: Divorcios, Particiones y Sucesiones, Compromisos sin escriturar, Hipotecas sin cancelar, falta de carta de pago, etc.

Nosotros podemos, sabemos (y debemos) hacer un relevamiento o chequeo de toda vuestra Documentación, en forma breve (primaria) y sin costo alguno. Así evitaremos trastornos y urgencias cuando aparezca el comprador, para que el negocio no se postergue inútilmente (y a veces, se frustra). Entonces, si faltara algo, su Escribano podría comenzar YA a completar la documentación: **"Más vale prevenir, que curar"!**

Ejemplo notorio que se repite: las prescripciones (de obras no declaradas) del B.P.S., suelen demorar entre 3 y 4 meses. Por lo tanto, es deseable que se inicien ya, hoy...Y no cuando aparezca el comprador...!

Desde siempre (X años), estamos empeñados en hacer una **GESTIÓN DE VENTA genuinamente Profesional**, por lo que, debemos saber cabalmente y desde el inicio, que la propiedad en venta, **es realmente "VENDIBLE"**. Esa seguridad nos brindará tranquilidad a todos y evitaremos la pérdida del siempre valioso tiempo, esfuerzo y trabajo, así como la postergación, y a veces, frustración, de vuestras legítimas expectativas y/o planes (una nueva inversión, mudanza, viajes, reparto del dinero, pago a tiempo de deudas, etc.). Recordemos que: **"EL TIEMPO, ES ORO"**!

Usted está tratando de hacer SU venta sólo. Y obviamente, está en todo su derecho.

Nosotros somos Profesionales con larga experiencia y trayectoria y también con conocimientos técnicos y jurídicos. Y sabemos asesorarle y acompañarle en todo el proceso... Los riesgos de la improvisación son varios y de graves consecuencias: **nadie sensato se sube a un avión, si sabe que será piloteado por novatos!...Recordemos: "LO BARATO, SUELE SALIR CARO"!**

Capítulo aparte merece la TASACIÓN. (para mayor abundamiento, ver nuestra nota en el Ejemplar anterior, Diciembre de 2016)

Para arribar a UN VALOR, se puede partir de varios supuestos... Pero **¿cuáles son los correctos?**... Sólo un Tasador **Profesional** y objetivo, con conocimientos técnicos, experiencia en ese Mercado y seria trayectoria, podrá estimar con **precisión y realismo, la cifra correcta**, luego de aplicar una buena **Metodología**. No es saludable, ni conveniente, calcular el precio de un inmueble atendiendo a cuánto están pidiendo algunos vecinos por propiedades "aparentemente similares"...
Y tampoco basarse en el SUPUESTO VALOR de UN METRO CUADRADO EDIFICADO, calculado por no se sabe bien quién, ni sobre qué bases (¿promedios de qué?)... Así se mezclan manzanas con zapallos...!

Cualquiera opina, pero tasar seriamente, es muy difícil...(no es "soplar y hacer botellas")!

Y una buena TASACIÓN (correcta y realista) es el imprescindible PUNTO DE PARTIDA para una eficaz gestión de VENTA. Tasar bien la propiedad de uno, es tan difícil (y hasta riesgoso), como auto-cortarse el cabello. Entonces, es bueno acudir a un ASESORAMIENTO Profesional objetivo: **"zapatero: a tus zapatos"!**... Y repito otro sabio refrán: **"LO BARATO, SALE CARO"!**

Es así que, si el Propietario tasa MUY ALTO... la propiedad nunca se venderá (o tarde)... y por lo menos, mínimamente: habrá perdido su valioso tiempo para concretar sus planes...(o no podrá realizarlos nunca)!

Pero, si el Propietario tasa MUY BAJO... perderá mucho dinero tontamente, porque mucho más barato será pagar una Tasación y una Comisión por la Venta Profesional en un precio RAZONABLEMENTE EQUILIBRADO!

Muchas Inmobiliarias (quizás una triste mayoría), ofrecen **"servicios" baratos y...hasta gratis!...** Pero, obviamente, también será muy baja la calidad de su gestión...Porque, NO HAY MILAGROS!

Como bien decía el genial PABLO PICASSO:

"es muy triste que te elijan por BARATO... en vez de elegirte por BUENO"!

Además, la **Venta <u>Profesional</u>** requiere de una **LABOR CONJUNTA** y el primer núcleo (Equipo) lo integramos: uds. y nosotros. Y si contamos, desde el principio con vuestra comprensión, confianza y colaboración, todo será más fácil. **Eso redundará en el bien de todos, porque haremos una venta ágil y conveniente para VUESTROS intereses**.

Por último, NEGOCIAR ES : ¡ NUESTRO OFICIO !

El título de nuestra nota del citado número anterior (Diciembre 2016), era precisamente:
"ZAPATERO: A TUS ZAPATOS"!

Y ello porque, la NEGOCIACIÓN de bienes de altísimo valor (y de gran significación familiar), como lo es -sin duda- un inmueble, no puede quedar librada a la simple "habilidad o verborragia" de un mercachifle improvisado, sino en manos de un muy responsable agente: ético y técnico en NEGOCIACIÓN... Es decir, en las buenas manos de un AUTÉNTICO PROFESIONAL... Y si además, tiene una trayectoria prestigiosa, mejor!

Quien no lo entienda así, deberá atenerse a las consecuencias... Que muchas veces, son nefastas e irreversibles. Penosas y desesperantes...!

Ante ese triste panorama, para evitar lamentos, sólo puedo recomendar :

CONFÍE EN LAS BUENAS SOLUCIONES... LA QUE SÓLO UN PROFESIONAL PUEDE BRINDARLE!

No busque la SUERTE a ciegas; ENCUÉNTRELA!

No compre cualquier medicamento, sólo... Acuda a un Médico especialista! Más vale prevenir, que curar!

Modificaciones en el IRPF

VIGENCIA ENERO DE 2017

Cra. Tania Robaina

De acuerdo a la Ley 19.438 artículos 168 y 169 se producen cambios en el cálculo del IRPF a partir de enero 2017.
Las mismas tienen que ver con las variaciones en las escalas de rentas y deducciones.
Para las escalas de rentas se agrega una franja más y se suben las tasas, y las deducciones se topean.

Por lo tanto las escalas de renta quedan:

RANGOS BPC	PESOS	TASA
HASTA 7 BPC	0 A 25.277	0 %
DE 7 A 10 BPC	DE 25.277 A 36.110	10 %
DE 10 A 15 BPC	DE 36.110 A 54.165	15 %
DE 15 A 30 BPC	DE 54.165 A 108.330	24%
De 30 a 50 BPC	DE 108.330 A 180.550	25 %
DE 50 A 75 BPC	DE 180.550 A 270.825	27 %
DE 75 A 115 BPC	DE 270.825 A 415.265	31 %
MAS DE 115 BPC	MAS DE 415.265	36 %

La forma de calculo de irpf ingresos se mantiene exactamente igual. solo varian tasas y franjas.

En cuanto a las deducciones

1) si los ingresos nominales irpf son menores o iguales a $ 54.165 entonces la tasa unica es del 10 %.

Si los ingresos nominales de irpf son mayores a $ 54.165 la tasa unica a aplicar sobre las deducciones es del 8 %.

2) Cambia el procedimiento de cálculo del irpf deducciones.
Para efectuar la comparacion se tomarán los ingresos nominales sin incluir aguinaldo y salario vacacional.
Y ahora la tasa para irpf deduciones es una sóla.
se eliminan las tasas progresionales.
Cuando se habla de ingresos nominales para IRPF se considera: sueldo, retroactividades de sueldo, partidas adicionales irpf, tickets de alimentación.
No se toman las partidas ficto por vivienda para porteros de edificios, aguinaldo y salario vacacional.

3) Se puede deducir $ 3.912 mensuales por cada hijo menor de edad a cargo.

4) Se puede deducir $ 7.824 por cada hijo discapacitado.

CONCLUSIONES:

Cambia el mínimo no imponible por variación de la BPC a $ 25.277.
Aumenta el IRPF por dos razones: aumento de las tasas y franjas del IRPF ingresos.
Aplicación de una única tasa para el cálculo del IRPF deducciones.

Impuesto a las Rentas de las Personas Físicas (IRPF) Residencia Fiscal

Cr. Fabián A. Biasco
Master en Derecho y Técnica Tributaria
crfabianbiasco@gmail.com

Consideraciones preliminares

El Capítulo III del Decreto 330/016 de 10 de octubre de 2016 da lugar a un nuevo criterio de residencia fiscal, por centro de intereses económicos en la República Oriental del Uruguay.

Dicha norma, modifica (sustituye y agrega) incisos del artículo 5 Bis del Decreto 148/007 de 26 de abril de 200 7 reglamentario del IRPF.

Por la presente nota informamos y comentamos al respecto.

Los comentarios

La Reforma Tributaria (Ley 18.083 de 27 de diciembre de 2007) introdujo el concepto de residencia fiscal, tanto para las personas físicas como para las jurídicas.

En lo que a personas físicas refiere, el artículo 6 del Título 7 (IRPF) dispone que el contribuyente tendrá su residencia fiscal en territorio nacional, cuando se dé cualquiera (por lo menos una) de las siguientes circunstancias:

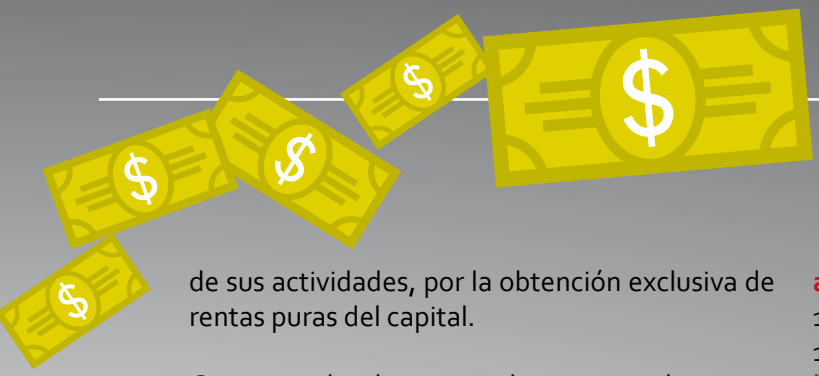
a) Que permanezca más de 183 días durante el año civil en territorio uruguayo, a cuyos efectos se consideran las ausencias esporádicas (en condiciones que determina la reglamentación), salvo que el contribuyente acredite su residencia fiscal en otro país.

b) Que radique en territorio nacional el núcleo principal o la base de sus actividades o de sus intereses económicos o vitales.

La norma bajo comentario, pretende determinar el criterio de residencia por centro de intereses económicos.

A dichos efectos, dispone que una persona física radicara en territorio nacional el núcleo principal o base de sus actividades, cuando genere en él rentas de mayor volumen que en cualquier otro país. No obstante, no se configura la existencia de la base de sus actividades, por la obtención exclusiva de rentas puras del capital, aun cuando la totalidad de su activo se radique en Uruguay.

La redacción original de la norma (inciso tercero del artículo 5 Bis, Decreto 148/007) expresaba que no se configuraba la existencia del núcleo principal de sus intereses económicos ni la base



de sus actividades, por la obtención exclusiva de rentas puras del capital.

Como puede observarse, la nueva reglamentación suprime la referencia a los intereses económicos.

Adicionalmente, el nuevo inciso quinto del artículo 5 Bis del Decreto 148/007, expresa lo siguiente.

Salvo que el contribuyente acredite su residencia fiscal en otro país, se considera que una persona radica la base de sus intereses económicos en Uruguay, cuando tenga en territorio nacional una inversión que cumpla con alguna de las siguientes características:

a) Bienes inmuebles por un valor superior a 15.000.0000 de Unidades Indexadas (US$ 1.800.000, aproximadamente).
b) Participación en una empresa cuyas actividades hayan sido declaradas como promovidas al amparo de la Ley de Inversiones (Ley 16.906 de 7 de enero de 1998), por un valor mayor a 45.000.000 Unidades Indexadas (US$ 5.425.000, aproximadamente).

Conclusión

En consecuencia, una persona física que cuente con una inversión que reúna las características mencionadas, de no acreditar su residencia fiscal otro país, será considerada una residente fiscal uruguaya al configurar el concepto de interés económico.

gutiérrez larre
BIENES RAICES
Batlle y Ordóñez 409 | San José de Mayo | Uruguay ROU
4342 8888* gutierrezlarre.com
MIEMBRO DE
ESTAMOS EN
GARANTÍA DE CONFIANZA

Período de

José Luis Pérez Collazo
Corresponsal España

Si algo faltaba por ofertarse como un producto de tiendas, eran los inmuebles en España. Desde este año los grandes vendedores han comenzado el año dispuestos a captar al cliente comprador y han lanzado una nueva campaña comercial con interesantes descuentos como principal aliciente.

Esta estrategia de marketing, reflejo de los malos tiempos dentro del mercado inmobiliario, se intensifica estos días emulando, sin complejos, a las rebajas de las principales cadenas de ropa.

Estas rebajas se dan, sobre todo, a gran escala y de la mano de los servicers, los vendedores de viviendas del momento y que cuentan por decenas de miles los inmuebles de todo tipo en stock en sus carteras a comercializar, producto que principalmente son pisos procedentes de excedente que se produjo durante el boom y de embargos.

La Sociedad de Gestión de Activos procedentes de la reestructuración bancaria, "Sareb" se alza como otro de los protagonistas que abandera los descuentos y se posiciona como un filón de oportunidades. A todos les une el hecho de que tienen que cumplir con unos objetivos de ventas, ya sean propios o acordados con sus clientes, y de ahí las gigantescas campañas. Otra historia diferente, alejada de las rebajas, son los promotores, cuya táctica comercial pasa por desarrollar proyectos ajustados a las necesidades de la demanda, tanto en precio como en calidades.

Los eslóganes e imágenes de las rebajas inmobiliarias poco tienen que envidiar a las que hoy se ven en las principales calles comerciales. 30 días de oro para comprar tu piso es el eslogan de Servihabitat.

Las rebajas te sientan muy bien. Sobre todo, las de tu casa, se lee en la publicidad de Haya Real Estate, donde aparece destacado ¡Sólo hasta el 31 de enero! Rebajas. Corre por tu casa es el lema de la Sareb. Nuestras casas se van de rebajas, la campaña de Anida (inmobiliaria del

BBVA). Hasta el 50% ajusta Anida una selección de viviendas nuevas y usadas (2.287 pisos y 584 chalés) repartidas por todo el país.

Detrás de estos mensajes hay casas con grandes descuentos. La Sareb, a través de servicers como Altamira, ofrece en el marco de su iniciativa más de 1.500 casas (apartamentos, pisos, dúplex y unifamiliares) rebajadas hasta el 30%, con precios que parten de 13.950 euros.

En cuanto a la evolución de precios de estos productos, se estima que el precio puede subir en los inmuebles con una mayor demanda, bien por estar en zonas donde la oferta es más escasa o porque tienen muchos potenciales compradores por la ubicación o calidad. Por otra parte, se deduce que los grandes valedores de los descuentos y dueños de las viviendas (las entidades financieras) deberán seguir saliendo del ladrillo, atendiendo a una orden del Banco de España, que obliga a los bancos a deshacerse del 25 % de su inventario en cada ejercicio.

Cuando todo el mercado pensaba que el momento ideal para comprar una casa fue 2014 y 2015, momento en el cual los precios tocaron fondo, aún hay buenas oportunidades, sobre todo de segunda mano.

OLVÍDESE DEL MERCADO (Concéntrese en la Persona)

Lic. Diego Borges
Licenciado en Marketing por la UDE
Director de Consultora
De la Bahía Inteligencia Estratégica
Asesor de empresas en la región
e investigador de mercado.

Un poquitín de historia reciente

Recuerdo claramente una de las primeras clases de marketing que recibí; provino de mi abuelo paterno. El tenía un bar, un bar a la antigua, un bar de verdad; abría a eso de las 9, abría de par en par puertas y ventanas, recibía proveedores, repasaba el mostrador, bajaba las sillas de las mesas y acomodaba con la etiqueta hacia el mismo todas las botellas de licores que en aquella época eran populares. No eran épocas de whisky escocés y mucho menos de bourbon o fernét, eran tiempos de la caña, la grapa, el espinillas, el vermouth, la amarga, y los vinos: tinto, blanco y clarete. Como les dije, era un bar a la antigua, un antiguo bar.

En un bar igual se había criado mi abuelo, y seguramente el suyo. Lo recuerdo bien. Recuerdo las caras de cada uno de los clientes, y hasta el nombre de la mayoría, y su bebida preferida.

Recuerdo verlos bajar del ómnibus en la esquina del bar y tomarse su aperitivo antes de llegar a cenar a su casa. Recuerdo el humo, la conversación, los diarios (el de la mañana y el de la tarde), los ventiladores de techo y recuerdo la cara de indignación con la que miraban aquellos parroquianos a cualquier osado que se atreviese a entrar pidiendo una Coca. "¿Coca? Este es un bar de hombres, aquí se beben cosas que te hacen arder la garganta y levantar el espíritu" (se podrían haber escuchado estas frases o pensamientos).
Y el bar, el típico bar, murió. No fue culpa de mi abuelo, no se aplicó la "ley seca", y ni siquiera se le había visto asomar a la prohibición de fumar.

> ***Al bar lo mataron las personas, porque fueron ellas las que no quisieron ir más. Y un bar sin parroquianos, un bar sin clientes, es solo un bar muerto.***

Tal vez pensemos que esta es una historia antigua, por todos conocida y por muchos repasada, pero su lección de marketing es la más importante de todas. Hay que olvidarse del mercado, y concentrarse en las personas.

La energía multifactorial del cambio

Hay quienes dicen que las personas que iban a los bares envejecieron y se murieron. Me alegro al decirles que no es así. Las personas que poblaban el bar de mi abuelo y los bares de Montevideo, siguen, muchas de ellas, vivitas y coleando, probando bebidas diferentes, en ámbitos diferentes, y hasta en países diferentes. Se fabricaron su

propio UBER, comprando ellos mismos el licor en los supermercados, sentándose en las plazas de comidas de los shopping, y más tarde dejando de leer los diarios de papel, para informarse a través de la computadora y el celular, no a través de los medios digitales, sino de sus propios grupos de whatsapp y de la infinidad de videos que se generan en forma espontánea y explosiva atrás de cada noticia.

El bar de mi abuelo murió, y en su agonía se llevó buena parte del patrimonio que él mismo había creado con una historia muy larga detrás del mostrador. Tuve la suerte de verlo retirarse y vivir de sus rentas hasta el final de sus días. Se muy bien que otros dueños de bares terminaron mucho peor.

Key questions

Lo cierto es que pocas veces nos hacemos la pregunta: "estoy sentado en un bar" (estoy sentado en un negocio que la gente está haciendo morir por los cambios infinitos y combinados en sus costumbres y su entorno)?

Piénselo. Y ponga el foco en las personas. Y cuando lo piensen, piensen correctamente en su negocio. ¿Cuál es? ¿Qué es lo que Usted y su empresa hacen por su cliente?

La pregunta clave en el negocio de los bares era esa: ¿Qué viene a hacer la gente aquí? La respuesta es una sola: Las personas venían a ocupar su tiempo, del cual disponían en abundancia. Era la época del aburrimiento. ¿Cómo cabría en el mundo del hombrecorrecaminos de hoy una oferta para el aburrimiento? ¿Cuánto hace que usted mismo no se aburre (no que se canse, que se aburra!!!)?

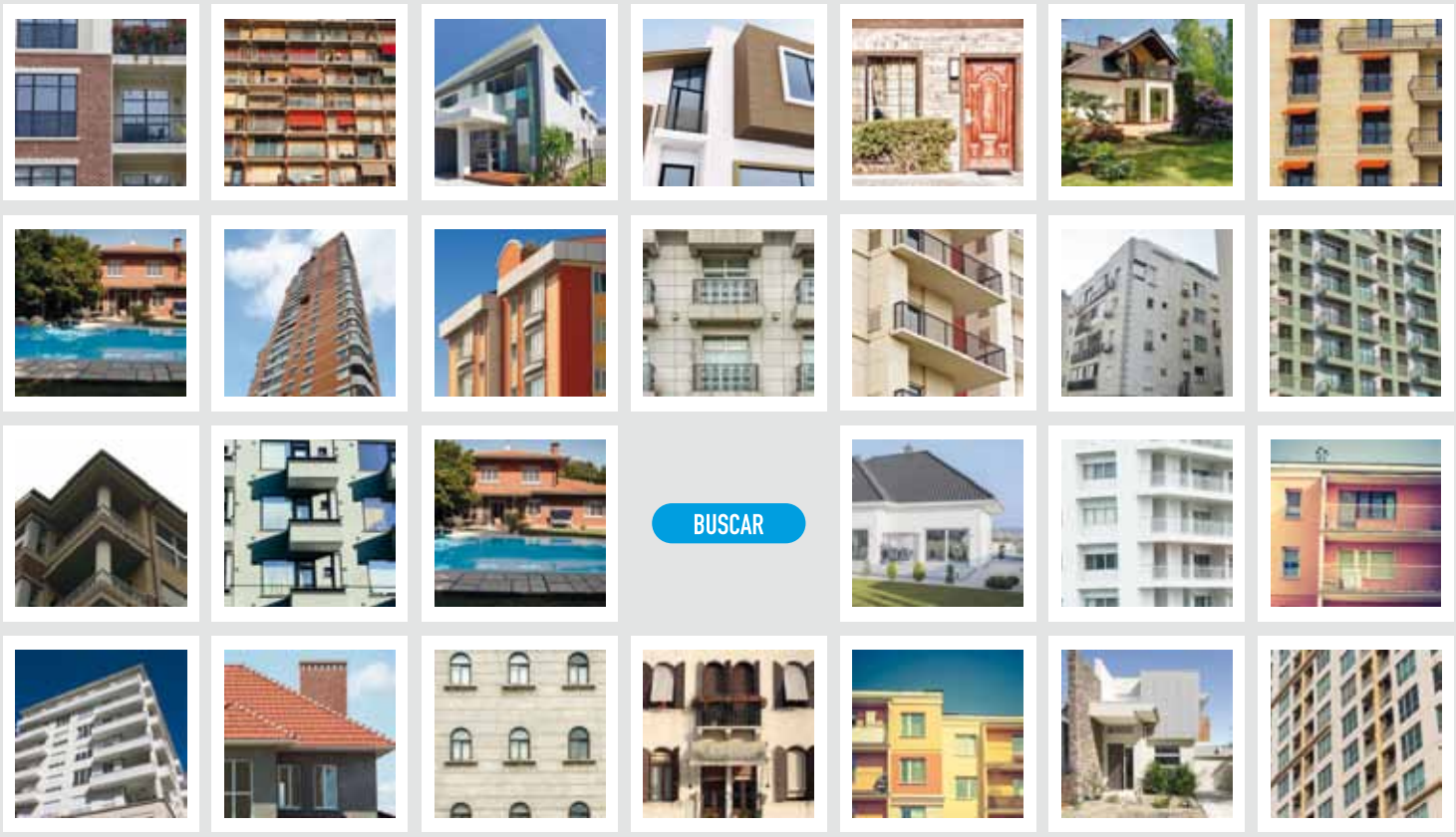
Piense de nuevo: ¿Qué es lo que hace mi empresa por el cliente? ¿Qué rol ocupo? ¿Qué función cumplo? ¿Qué hacen conmigo estas personas (mis clientes)?

Si no conoce la respuesta a estar preguntas, mi amigo, como dicen en la calle: está en el horno!!! Si la conoce y la respuesta no le satisface, porque es poco clara, negativa, o tendiente a desaparecer, prenda todas las alertas, invente un negocio nuevo, y huya del actual. Y si la respuesta es satisfactoria, agradezca a sus dioses y compre ya la vacuna para evitar su decadencia: preste atención a los cambios en las personas, en sus comportamientos, en su disponibilidad de tiempo, en el uso del mismo.

Los cambios en el uso del tiempo son los que generan el cambio en el comportamiento de compra y el consumo. Le doy un ejemplo: cada vez se consume más azúcar en el mundo, pero cada vez se consume menos azúcar en paquete, pues cada vez se cocina menos y se comen más productos pre-elaborados, que poseen una carga de azúcar de la cual el consumidor muchas veces ni siquiera es consciente. Quien esté en el negocio del azúcar, debe adaptarse en la producción, el empaque, las ventas, su estructura financiera, y sus expectativas.

El cambio en las personas no depende de Usted, ni de sus competidores. Es un conjunto inabarcable de variables el que crea el ambiente para el cambio o el cambio mismo. Y dicho cambio se da, en algunos casos, por la "UBERIZACIÓN" de la competencia, la irrupción en el mercado de una oferta sustantivamente mejor para el cliente que aquella de la que Usted y su empresa forman parte. Ese cambio es notorio y promueve reacciones en cadena y adaptaciones rápidas y muertes súbitas. Sin embargo la mayoría de las veces el cambio es paulatino y silencioso, como el que actuó sobre el bar de mi abuelo, hasta dejar el mostrador desierto, y al parroquiano más fiel mirando hacia adentro diciendo: "el último, que apague la luz".

¿Una sugerencia? Observe, obsérvese, y piense en las personas. Y lea "El mercado son personas", de Josep Chias.



BUSCAR

ENCONTRAR

No pases más tiempo buscando, encontrá.
Encontrá el nuevo Gallito. Papel y digital.
Encontralo renovado, fácil de usar y más económico.

gallito
GRANDES ENCUENTROS

www.gallito.com

Arq. Aldo Lamorte

Trump proclama la "Semana Nacional" por la libre elección de centro escolar

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, ha proclamado - la Semana Nacional por la libre elección de centro escolar.

Trump ha manifestado en el escrito de proclamación que "la base de una buena vida comienza con una gran educación" y que en la actualidad "muchos niños están atrapados en las escuelas que no ofrecen esta oportunidad". "Los padres de todos los estudiantes en los Estados Unidos deben tener derecho a elegir donde su hijo va a la escuela".

Plantea que "la ampliación de la elección de escuela y la mejora en las oportunidades educativas ayudarán a asegurar que todos los niños tengan la misma oportunidad de lograr el sueño americano".

Mientras en Uruguay, este concepto de libertad, de respetar la voluntad de los padres en la educación de sus hijos, desde hace más de dos legislaturas se plasmó un proyecto de ley sobre el "Bono Educativo" aspiración de la Unión Cívica mantenida por varias décadas. Presentamos dicho proyecto como legislador ante el Poder Legislativo, pero en el Senado durmió sin que se pasara a discutir. En un momento donde los resultados no son buenos y no hay ideas, ni siquiera se tiene la humildad de estudiar la propuesta presentada. La mayoría oficialista dominada por sindicalistas esta cada vez más sorda y pasada de soberbia.

El presidente de Estados Unidos insistió con conceptos como:

> ***"Felicito a los estudiantes de nuestra nación, padres, maestros y líderes escolares por su compromiso con la calidad, una educación eficaz, y pido a los Estados y las comunidades que apoyen la educación efectiva y la libertad de elección de escuela de todos los niños en Estados Unidos.***

Animó a los padres a evaluar las oportunidades educativas disponibles para sus hijos, y a los legisladores estatales y legisladores federales para expandir la elección de escuela para millones de estudiantes adicionales", ha sentenciado.

Trump, que ya asumió su compromiso por la libertad en la elección de colegios en campaña,

nombró a Betsy DeVos secretaria de educación. DeVos defiende que los padres puedan usar fondos públicos para llevar a sus hijos a escuelas privadas o religiosas y es contraria a los sindicatos de profesores. "Es una brillante y apasionada defensora de la educación. Bajo su liderazgo reformaremos el sistema de educación de EEUU y romperemos la burocracia que está frenando a nuestros hijos para que puedan acceder a una educación de clase mundial", manifestó Trump en un comunicado.

Aquí en Uruguay se pretende con el proyecto presentado por la Unión Cívica abrir un camino para llevar adelante una reforma profunda en la educación en base a otorgar autonomía de gestión y pedagógica a los centros educativos, en el marco de objetivos nacionales y una vocación universalista. En contrapartida, éstos asumirán compromisos de mejora de la calidad de los aprendizajes y de los resultados. La identidad pedagógica de cada institución se construirá a partir de propuestas educativas contextualizadas y flexibles que, en su diversidad, respondan a las necesidades de sus alumnos y comunidad territorial de inserción. Asimismo se garantiza la libertad de la enseñanza puesto que los padres libremente pueden elegir de manera efectiva y real el tipo de educación para sus hijos.

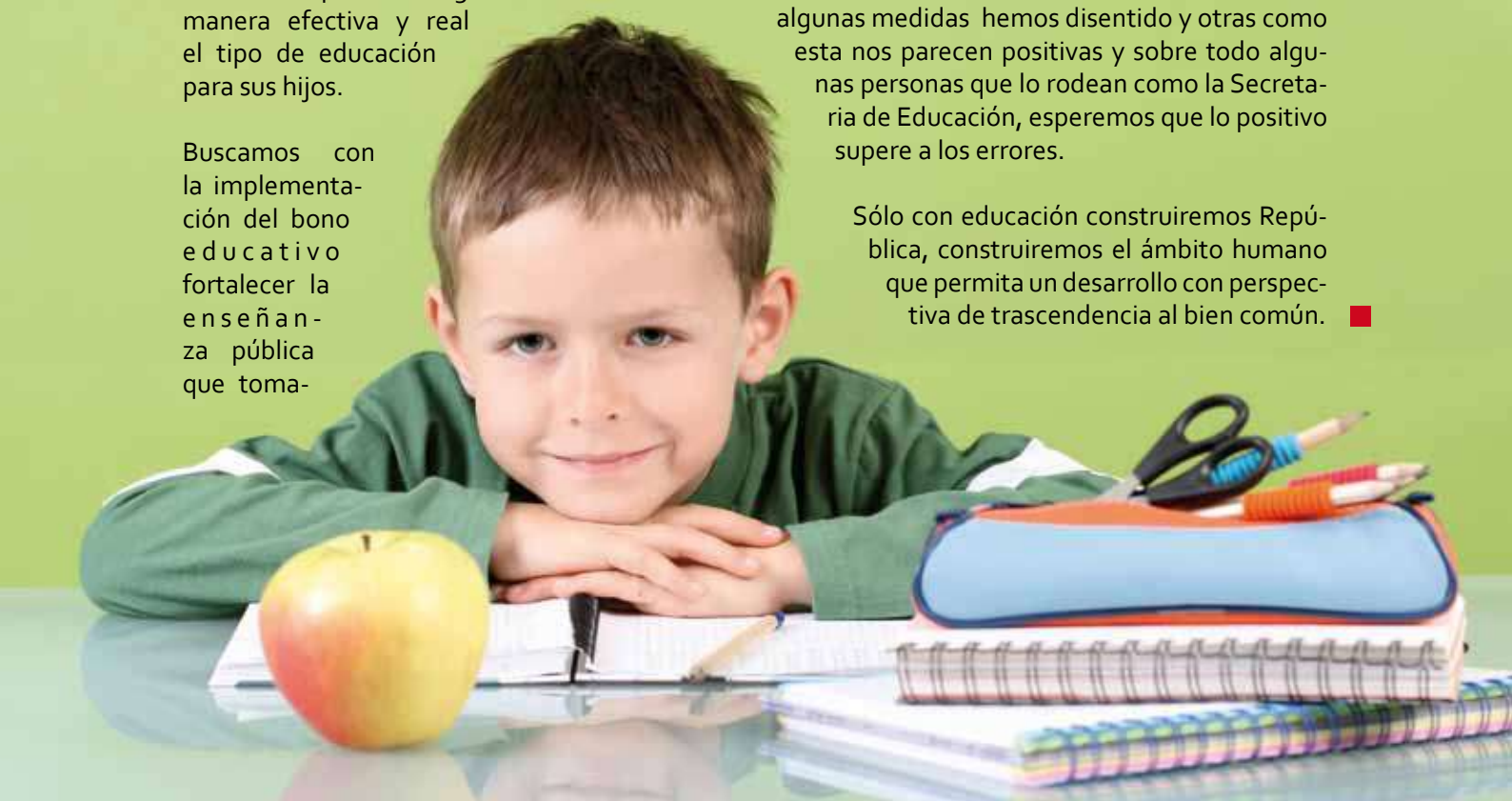
Buscamos con la implementación del bono educativo fortalecer la enseñanza pública que tomaría nuevas motivaciones para captar alumnos a través de una mejora integral, permitiendo además que cada institución tenga más recursos dentro del sistema y presupuesto existente si se esfuerza y gestiona mejor.

Con este "Bono Educativo" se dinamiza toda la estructura educativa puesto que el subsidio del estado pasa en parte a la demanda y no queda sola concentrada en la oferta. Son los padres quienes deciden la educación que quieren para sus hijos.

La posibilidad de ir implantándolo en etapas, en donde la evaluación sea concreta y en el sentido de universalizar cuanto antes esta solución.
El bono educativo atiende a la igualdad para los sectores más desprotegidos de nuestra sociedad. Este es un momento histórico por la urgencia de la situación y por la asignación presupuestal para la enseñanza existente, por los que nos parece que la oportunidad es ahora.

Con este ejemplo vemos como dentro de un esquema donde el nuevo Presidente de Estados Unidos está sacando propuestas fuertes y muchas veces lo hizo con modos que nos son los correctos para ponerlas en práctica rápidamente, algunas medidas hemos disentido y otras como esta nos parecen positivas y sobre todo algunas personas que lo rodean como la Secretaria de Educación, esperemos que lo positivo supere a los errores.

Sólo con educación construiremos República, construiremos el ámbito humano que permita un desarrollo con perspectiva de trascendencia al bien común.



Verano del 2017

Aníbal V Abreu

"El corazón del hombre necesita creer algo, y cree mentiras cuando no encuentra verdades que creer". Parafraseando el autor español Mariano José de Larra (siglo XIX) , quien me inspiró para a escribir este artículo, que tiene mucho de balance y de creer , pero también de lo que se viene para el 2017 en adelante...

El propósito de analizar las realidades de una sociedad desde visiones tanto colectiva como individual utilizando la observación con afán de autocrítica y crecimiento no es fácil, porque como dicen los sociólogos, somos parte del objeto a criticar. Por eso al hacerlo debemos ser conscientes de nuestra responsabilidad, priorizando el progreso y la tolerancia cuando criticamos el conservadurismo y el absolutismo. Con el valor libertad ante todo, como enemiga acérrima del fanatismo, la ignorancia y el inmovilismo, por lo tanto el totalitarismo.

Lo primero es apreciar que esta temporada estival es muy buena, sostienen los entendidos, pero es menester la reflexión serena y crítica desde una mirada casualista, pues todo lo que existe "es efecto de algo". Si esta temporada es buena, ¿a qué se debe? Es evidente que hay un claro aumento del turismo argentino. Históricamente los argentinos representaron un 75 % del total de visitantes que ingresan, marcando el éxito o fracaso en nuestra temporada. Ahora es evidente que la asunción de Macri en la vecina orilla, ha marcado un antes y un después, no por su gestión sino por lo que no prohíbe, entonces las expectativas de viaje de los vecinos se han modificado al alza. Obviamente los voceros de nuestro gobierno, anuncian que es una

de las mejores temporadas estivales, pero nada mencionan que este año se compara con la seguidilla de veranos anteriores en donde el gobierno argentino desalentaba la salida del país. En efecto, esta temporada es diferente porque se fueron sus " aliados ideológicos", que no hicieron otra cosa que perjudicarnos en casi todo lo que nos podía rozar, turístico y no turístico. Hoy se habla de competitividad turística del Uruguay , pero lo cierto es que estamos gozando del "efecto Macri". La liberación del "corralito" queda evidenciada en los indicadores como las banderas argentinas en el puerto de Punta del Este, el aumento de un 25 % de visitantes argentinos respecto a la anterior temporada. Entonces la pregunta es: ¿qué hubiera pasado si no cambiaba el "gobierno amigo" en Argentina? La respuesta es obvia y festejamos que si bien terminó la "bonanza" hace un buen rato, a pesar del gobierno y sus problemas de gestión, aún gozamos de alguna madura...

Pero no solo de turismo se habla en Uruguay, en lo general el balance como sociedad para los uruguayos no es esperanzador, es claro que desde el punto de vista de la gestión de gobierno el caos de gestión sobrepasa un año calendario.

Comenzando por lo macro, el escenario internacional es incierto y peligroso. EEUU con una película nunca vista y muchas interrogantes: Donald Trump. Simultáneamente el avance de la guerra "santa" (más económica que santa) los musulmanes a dos frentes en el mundo. Uno pacífico y demográfico, por décadas inmigrando al occidente. Otro espeluznante, el terror de los fundamentalistas musulmanes, minoría que odia a los cristianos, budistas, judíos e hinduistas, no por lo que hacen sino por lo que son, y justifican la muerte y sus acciones frente Ala, disminuyendo nuestras libertades y por lo tanto la democracia, sus enemigos son los infieles y esos somos todos los que no somos musulmanes...¿Qué hemos hecho en Uruguay respecto a esta amenaza mundial? Alejarnos de nuestro gran aliado histórico, el Derecho Internacional y ponernos a hacer declaraciones parciales, grave y peligroso error.

En la región, apoyamos totalitarismos como si fueran democracias, perdiendo la neutralidad histórica de nuestra cancillería, como mencionamos el apoyo a Scioli y Cristina en Argentina y a Dilma en Brasil, el "sí" en Colombia, apoyando posiciones por afinidad política. El apoyo unilateral a la dictadura de Venezuela, cuándo lo que urge es una actitud comprometida con los principios democráticos y con los DD.HH que trascienda lo meramente declarativo.

En lo interno, sabemos la realidad de los grandes temas que nos agobian, como la seguridad, la educación, la salud y el déficit del FONASA, las instituciones debilitadas como el caso de las Fuerzas Armadas, todos los uruguayos debemos estar al tanto de la triste realidad de nuestro país en estos temas. Por eso debemos advertir sobre los peligros de ir perdiendo espacios y derechos que a la postre no recuperaremos sea quien sea la autoridad.

No hablamos de lo irrecuperable que estos vientos de izquierda nos dejan, herida y cicatriz incurables, ilusiones no cumplidas por pésima gestión. Como ser, la Educación, Educación y Educación; la regasificadora, el montaje de Aratiri, el ferrocarril, ANCAP, Bonomi y sus explicaciones nefastas e incompetentes, los sirios que se quieren ir, los presos de Guantánamo y el teleteatro de Diyad, la mentira intelectual de la licenciatura de Sendic, la venta de PLUNA y el engaño a sus trabajadores en alas U. Empresas públicas deficitarias, aviones presidenciales obsoletos aunque el Tribunal de Cuentas lo observe.

Si bien podemos rescatar en enero el decreto de beneficios para la construcción, nobleza obliga es una buena noticia, aunque entre el tarifazo y la compra del avión son una de cal y varias de arena...Los grandes temas se confunden con los accesorios, la violencia en el deporte y la incompetencia del Ministro del Interior es justificada con la explicación de un detallado "plan de operaciones" pormenorizado de cómo organizar partidos

de fútbol por parte del Presidente de la República, mientras nos matan como perros y nos toman el pelo con porcentajes, cuando sabemos y sentimos que estamos perdiendo seguridad y calidad de vida.

Hoy lo único que queda de progresista es hablar de afrodescendientes y no de negros, legalizar el aborto, la inclusión social, prohibir fumar, la sal y la mayonesa. Todos asuntos importantes, pero mientras, nosotros estamos inseguros y nos amenazan los problemas de salud, como el Dengue, Zika y chicungunya que como resultado de su incompetencia, en lugar de ejecutar proyectos tecnológicos para solucionar estos problemas, los desprograman...

No se menciona el gran dilema que enfrenta hoy la izquierda gobernando, que podemos sintetizar en: ¿Cómo encarar los 12 mil millones de dólares en infraestructura que prometieron? ¿Cómo encarar el porcentaje prometido en Educación?. A los grandes inversores no se los puede tocar porque se los ha ido a buscar prometiéndole lo contrario, la suba de impuestos es una opción que están agotando, la clase media esta "cascoteada", ajustar por el lado de optimizar los gastos no lo consideran. Parece que lo único que resta es aumentar el endeudamiento, negro panorama...

En efecto , el panorama no es bueno, el PITCNT confundiendo roles con el Gobierno, y el gobierno por su lado contrariando su histórico discurso tuvo que elegir entre pelearse con los grandes capitales o con los trabajadores, eligió lo segundo.., abandonando su famosa lucha ideológica.

Pero hay pérdidas silenciosas que casi nadie percibe y son muy peligrosas. El respeto a los símbolos nacionales, hincharse el pecho al cantar el himno o al observar izar el pabellón. Es producto de una cultura nacional donde la "Patria" y ser parte de "nuestro país "es el orgullo, y no constituirse en un crítico de "este país".

Por ejemplo, si no reaccionamos con opinión y exigiendo respuestas, nunca recuperaremos el respeto y admiración por la parte de la sociedad para las FFAA y la importancia de la defensa de lo más preciado, la libertad y la soberanía del pueblo. Porque sencillamente los que hoy tienen 20 años y en breve serán adultos nunca han sido incentivados a valorar la acción social de esta institución y del soldado para el bien de la sociedad.

El policía, como personaje amigo del barrio o del pueblo, guardián de nuestros valores, nunca fue apreciado así por esa franja etaria que mencionamos, es difícil que se cambie la percepción si no media una reacción con el objetivo de ilustrar sobre la represión bien entendida y la verdadera importancia del orden y la seguridad pública.

Todo esto lo fuimos perdiendo, desde la desaparición del Escudo Nacional, por un sol que no sabemos si sonríe o se nos ríe en la cara, hasta la igualdad que emerge de la túnica blanca y moña azul, termo mate, Peñarol – Nacional. La túnica blanca manchada por intereses particulares dentro de la enseñanza y rencillas mediocres de educadores cada vez más lejos de los educandos y más cerca de los sindicatos. Hoy está herida de muerte la Educación como único elemento de movilidad social. A la laicidad como ejemplo de independencia de criterio, se le refriega en la cara los termos de los docentes con pegotines políticos.

Peñarol - Nacional, el fútbol que unía al crisol de razas que es nuestro país también está manchado, ya no hay familia ni amigo ni chanzas ni apuestas, hoy mandan las bandas organizadas en el seno de las parcialidades que nos corrieron con familia y todo de la cancha.

Nuestro país, siempre convirtió pobres en trabajadores productivos, había pobres con los cuellos dados vuelta varias veces, pero con trabajo e higiene, hoy se convierte pobres en pichis.

Parque Termal Agua Clara

Paz – Calidez – Diversión - Vitalidad

AGUA CLARA
Parque Termal

Piscinas

Duchas Escocesas, Finlandesas y Danesas

Vestuarios

Fast-food Restaurant

Hotel Vacacional Daymán

Vacacional Dayman

Ambiente Familiar – Distensión – Descanso

Aire Acondicionado

Teléfono, TV Cable y Wi-fi

Frigobar

Baño Privado

Termal Agua Clara

Cofre de Seguridad

Servicio de Habitación

Desayuno Continental

Cuatro Barbacoas Techadas

Cobertura de Atención Médica

Acceso Libre al Parque

Inmersos en la tranquilidad de Daymán – Salto

(Ruta 3 Km. 478)

www.serviciomutuo.org.uy - 29025535 / 29017945

SM
servicio mutuo

Es peligroso un país partido en dos, es el resultado de la decrepitud de la conciencia cívica colectiva, el país es uno solo, con todo el espectro de opciones políticas representadas en el poder legislativo y un Poder Ejecutivo que nos debe representar a todos, sin locas pasiones de pensamiento único ni ejércitos fieles a su forma de pensar. Hay quien actúa como si los que piensan diferentes fueran enemigos, sin darse cuenta que si liquidan a la otra mitad nos hundimos todos...

Por eso nos preocupa la intención de pretender aplicar recetas del foro de San Pablo abiertamente, sin que se escuchen voces de duda. Así se van "afirmando" desde su ventana única y comienzan a poner en tela de juicio a las instituciones que le son incómodas, ante la posibilidad de que en algún momento se constituyan en un obstáculo, todo en un marco de estrategia de las izquierdas para el futuro.

La salud democrática y la laicidad debilitada. La democracia se cuida entre todos y somos todos responsables. Hoy están difusos el orden, respeto, disciplina, bondad, educación, obediencia y amor...nosotros, los uruguayos calladitos y lejanos...

Somos la sal, somos la idea, no podemos callar ni asistir de ojos abiertos al desmoronamiento de las bases de nuestro sistema democrático. La única reacción es PENSAR Y TRABAJAR por nuestro país .

La temporada estival es buena, sin embargo el 2017 y el futuro es más difícil, porque depende de nosotros y de nuestros gobernantes...

FRENTE AL MAR
VENTA

Complejo en Punta del Diablo

7 cabañas frente a la playa de la Viuda.
Muy equipadas para 2,4,y 5 personas.
Wifi. Direct TV. Cofre. Decks
740 mt. terreno, barbacoa techada.

Todos los papeles en regla: final de IMR, BPS DGI, DNB

Conversamos entrega y financiación.

Contacto:
complejopuertodiablo@gmail.com
https://www.facebook.com/PuertoDiabloUruguay

FIDECIU

GARANTÍA DE ALQUILER

UNA GARANTÍA PROPIA PARA FACILITAR TUS ALQUILERES

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

comag

TODO MÁS SIMPLE, MÁS ÁGIL, Y DESDE TU INMOBILIARIA.

www.fideciu.uy - Tel.: 2909 1111 - garantia@fideciu.uy - /fideciu garantia de alquiler

Ingredientes que no terminan de digerirse.

Esc. Aníbal Durán Hontou
Gerente APPCU

En la industria de la construcción muchas veces luchamos contra molinos de viento. Ya lo hemos dicho n veces: uno inquiere, pregunta y obtiene como respuesta la más drástica indiferencia, que es la peor de las respuestas. Persiste la nebulosa.

Debemos manifestar que a fuerza de perseverancia, las cosas vienen cambiando y por lo menos en las distintas reparticiones estaduales (nacionales o departamentales), nos encontramos con un rostro amable, que escucha.

Así ha pasado en la Intendencia de Montevideo con el ingreso de los permisos de construcción, en la Dirección de Bomberos con los proyectos de los promotores que no tienen la fluidez necesaria para su andamiento y en el Ministerio de Economía, donde el viceministro Ferreri siempre está presto al diálogo (no obvio al Ministro Astori, con quien también tenemos buen diálogo, por encima de las diferencias).

Sin perjuicio de mencionar también al MVOTMA, donde tanto la Ministra Eneida De León como el Director de Vivienda, Salvador Schelotto, se prestan con mucha afabilidad al intercambio de ideas.

Lo narrado es positivo.

Pero luego vienen los encontronazos y los disensos.

El MEF por ejemplo promulgó un decreto que lo intitula Proyectos de Gran Dimensión Económica. Necesitábamos aliviar la carga tributaria y así se lo hicimos saber a la dupla Astori-Ferreri. Pero el decreto de marras, refiere a volúmenes de dinero que normalmente los promotores no manejan. Se habla de una inversión de arriba de 15 millones de dólares. El 95 % de los promotores de este país, no abarcan proyectos de esa envergadura. Además los tiempos de ejecución eran acotados. El viceministro Ferreri entendió nuestros argumentos y por lo menos los flexibilizó. En una circular que se sacará prontamente, tal vez estemos contemplados en algún otro aspecto.

Al Arquitecto Schelotto le hemos solicitado todas las veces que nos recibió que elimine de un plumazo los topes, en las viviendas de interés social. Por estos días estaría saliendo un decreto, donde en Montevideo el 10 % de las unidades de un proyecto deben ser ofrecidas al Ministerio, por un precio que no contempla las aspiraciones del promotor. Y en el interior, que estaba todo topeado, se limitó a un 20 % de las unidades del proyecto que sea. Pero también con el mismo inconveniente: ese 20 % debe ofrecérsele al Ministerio. En ambos casos, si pasado un tiempo (ignoramos cuanto), el Ministerio no coloca las unidades, las reintegra al promotor.

Ya varios promotores inclinados a la vivienda de interés social, manifiestan que prefieren el régimen antiguo, donde en Montevideo estaba topeado el 25 %, pero la venta la manejaba el mismo promotor. Esperemos los acontecimientos y la salida de un nuevo decreto sobre este tema.
Para no abusar del espacio, termino con un informe del CEEIC (Centro de Estudios Económicos de la Industria de la Construcción). En una compulsa realizada a varios agentes del sector, público y privado, se concluye que solamente el 6.5 % de las empresas se encuentra con más del 90 % de su capacidad instalada operando. Asimismo, dos tercios de los encuestados le asignan baja probabilidad a la incorporación de nueva maquinaria e igual porcentaje a la contratación de más personal.

Sabemos de la importancia de esta industria y de su efecto "derrame", beneficiando a otras industrias que tienen que ver con la construcción. Siempre nos referimos al círculo virtuoso de la obra, ya que en derredor de ella, el dinamismo económico no tiene comparación.

Ante el panorama actual, donde el desencanto y la cautela están en primera línea, sin perjuicio de seguir atendiendo nuestros reclamos, ojalá comience a primar el consenso entre las autoridades y la gremial. Sería un colofón interesante para un diálogo que se está tornando fluido y respetuoso.

Valor de costo del M2 en construcción.

Doctor Daniel Zulamián
Vicepresidente de APPCU
Director de Zulamián Desarrollos Inmobiliarios
Montevideo y Punta del Este.

En la Asociación de Promotores, nuestra querida APPCU, tenemos un Índice que mensualmente nos indica el valor del costo del metro cuadrado. Este refleja técnicamente el valor y los incrementos mensuales de los diversos factores que lo componen.

Estos son en general el costo de los materiales, de la mano de obra y de las leyes sociales. Dicho valor a diciembre 2016 está en pesos 44.290 para Vivienda estándar y en pesos 45.537 para vivienda suntuaria por m2. Lo cual medido en dólares a 28,50 (promedio bancario actual) alcanza unos U$S 1.550 y U$S 1.600 por m2.

Pero como se aclara en dicho índice, no se incluyen aquí otros costos imprescindibles para el emprendimiento, como lo son, el terreno sobre el que se asentará el Edificio, los honorarios de los profesionales intervinientes (Arquitectos, Ingenieros, Contadores, etc.) y los impuestos nacionales y departamentales. Si bien el componente costo terreno varía según el lugar específico, en Montevideo, en zonas residenciales su valor no incide menos de U$S 500 por m2 de construcción. Los honorarios en general son entre un 7 % y un 10 % del costo de obra civil. Por lo cual ya estamos llegando a tener que sumar en vivienda residencial unos 160 dólares por proyecto y dirección y unos 500 dólares por terreno, siendo optimistas, a aquel m2.
Ahora bien, esos U$S 2.260 resultantes simplemente de sumar, es el valor de cada uno del total de metros cuadrados a construir. Pero en realidad y de acuerdo a la normativa en propiedad horizontal más ciertas pautas que entre los Promotores, Asociación de Escribanos y Agrimensores, se han fijado, no son los m2 que se indican a la venta o como m2 vendibles. Estos últimos no incluyen todas las áreas comunes como Halles, Azoteas, áreas de servicio y amenities, y el área general de garajes. En esta última podremos computar el área específica del estacionamiento pero nada más. Por lo cual las calles y accesos de los garajes y las otras áreas de servicios no las estamos computando comercialmente, pero son parte del costo del metro cuadrado. Y bien estas áreas rondan el 18/20 % en Montevideo y el 30 % en zonas como Punta del Este (donde los terrenos son más grandes y existe la costumbre en los últimos años de generarle muchísimos amenities a los Edificios, y las áreas de recepción del Edificio también son más grandes al igual que los estacionamientos.

Por lo cual para llegar al costo del m2 vendible (que es el que usualmente se ofrece en venta en nuestro Mercado), a aquellos U$S 2.260 hay que agregarle ese 20 % en Montevideo y ese 30 % en Punta del Este por ejemplo, para llegar al verdadero costo a tener en cuenta al momento de la venta. Esto es entre 2.700 y 2.900 dólares por m2 respectivamente. Téngase presente que dejamos para una próxima nota, lo referente a los impuestos nacionales, el iva, la Renta y el Impuesto al Patrimonio.

Por ejemplo un apartamento de 2 dormitorios y 2 baños de 90 m2 más garaje de 11 m2, tiene un costo de 292.000. Y uno de un dormitorio con cocina definida y pequeña terraza y garaje, unos 67 m2 tendrá un costo de U$S 194.000. Y si no contamos garaje en este último su costo será de U$S 162.000. En buen romance las constructoras están vendiendo al costo y todo lo que venden durante el pozo es por debajo del costo final.

Finalmente y hacia adelante, debemos considerar la relación dólar-pesos. Como el mercado uruguayo y el de los países que nos rodean cuando vienen a comprar, se maneja en dólares, ya que no se comprende los valores en moneda nacional o en unidades indexadas. El dólar pasa a ser un parámetro, tanto nacional como internacional para fijar el valor de los inmuebles. Es decir en nuestro país los inmuebles se cotizan y se venden en dólares. Y se opina que están más caros o más baratos si valen más o menos dólares.

Nuestro último aumento salarial consensuado fue del 11 % en octubre 2016. Y el valor dólar, o sea aquel por el cual debemos dividir nuestros costos que en su mayoría son en pesos uruguayos, ha bajado desde diciembre 2015 a diciembre 2016 de 29,80 a 28,98, o sea un 2,8 %. Y si pensamos que el costo salarios ronda el 50 % del costo construcción, incluidas las leyes sociales, deberíamos tener en cuenta en ese valor de costo medido en dólares un 6 % más por lo menos. Y cuanto menos acompase el aumento del dólar a los aumentos en pesos, más dólares costará cada m2 de construcción vendible.

Crónica de una prórroga anunciada

Dr. W. Alberto Puppo
Doctor en Derecho y Ciencias Sociales
Asesor en el sector inmobiliario desde hace 30 años
Socio Fundador del Instituto de Arrendamientos Urbanos

Asistimos al final del año, a una nueva prórroga de la entrada en vigencia de varios artículos de la Ley 19.210. Estos artículos afectan a un importante sector de la contratación civil y comercial del país, nos referimos precisamente a la regulación legal de la enajenación de bienes inmuebles y la enajenación de "vehículos motorizados" (nueva denominación de la Ley de inclusión financiera que abarca a todos los tipos de automotores) y a la contratación referida a enajenación de bienes o

prestación de servicios cuyo importe supere las 40.000 U.I (unos U$S 5.000 aprox.) y se lleven a cabo por al menos una empresa (persona física o jurídica) (art.35).

Es menester recordar que entre las críticas formuladas a la Ley de inclusión financiera, se destacaban aquellas vinculadas a la complejidad de la entrada en vigencia de los diferentes artículos, ya que esta norma estuvo signada por la premura en ser dictada y las prorrogas y dificultades en instrumentar su funcionamiento.

Ello dejaba traslucir la existencia de un voluntarismo en el dictado de la norma que no siempre iba acompañado de la existencia de los medios y la cooperación de las instituciones que tienen un papel preponderante en los sustanciales cambios que introdujo (las instituciones bancarias por ejemplo) que no se ajustaron totalmente a los requerimientos que la ley les impone, al punto que aún se comprueban carencias en cuanto al funcionamiento de algunos servicios que la ley imponía.

Entre la multiplicidad de fechas de vigencia de los diferentes artículos se señala que la regulación de estas operaciones que hemos mencionado, (inmuebles, vehículos motorizados y servicios superiores a U$S 5.000) debió aplicarse a partir del primer día del mes siguiente al año de la vigencia de la citada ley (Esto era 1º de junio de 2015).

A partir de esa fecha se fueron escalonando las sucesivas prórrogas hasta que la Ley 19.338 dispuso la entrada en vigencia de esos artículos a los que nos referimos a partir del 1º de enero de 2017.

En los últimos días del año anterior, y a medida en que se acercaba la fecha señalada, las dificultades para instrumentar equilibradamente la normativa introducida por esta Ley provocaban en los operadores verdadera incertidumbre y perplejidad. Dificultad que se trasladó a los escribanos que obviamente se encuentran íntimamente ligados a la documentación de las mencionadas operaciones (automotores e inmuebles).

En este clima de inseguridad jurídica a escasas horas de la entrada en vigencia de tan controvertidos artículos, no existía certeza de que el Parlamento aprobara una nueva prórroga antes del 31 de diciembre de 2016.

Ante la emergencia, el Poder Ejecutivo en acuerdo con el Ministerio de Economía estableció por Decreto el 14 de diciembre de 2016 una nueva prórroga de la entrada en vigencia de estos artículos extendiéndola hasta el 1º de julio de 2017.

El fundamento de este decreto se remitía al art. 45 de la propia ley, que autorizaba al Poder Ejecutivo a prorrogar por un año la vigencia legal de estas normas. Ahora bien, si recordamos que estas normas debieron estar vigentes desde el 1 de junio de 2015, resulta por lo menos dudoso, que la autorización para la prórroga pudiera ser establecida de forma diferente a la de la Ley.

No obstante, se dictó el controvertido Decreto, que no cumplía con la exigencia jurídica del caso, como sostuvieron distinguidos juristas durante diciembre del pasado año.

Afortunadamente, para aclarar tanta incertidumbre, el Parlamento pudo votar con vigencia desde el 31/12/de 2016 la Ley 19.475 que prorrogaba hasta el 1º de julio de 2017 la entrada en vigencia de estos artículos.

La contradicción jurídica que surge de lo expresado es notoria. No conocemos precedentes de que una Ley posterior convalide lo expresado por un Decreto, lo que evidencia una imprevisión que no es beneficiosa para los operadores comerciales y jurídicos en temas tan trascendentes como la comercialización de inmuebles y de vehículos motorizados.

Este clima de desconcierto culmina el 5 de enero de 2017 cuando se promulga una nueva Ley (No. 19.478) que modifica diversas disposiciones de la Ley de Inclusión financiera y sustituye parcial-

mente más de veinte artículos de la misma, cuyo alcance analizaremos en los próximos números.

En conclusión se ha prorrogado nuevamente la entrada en vigencia de las disposiciones que limitan las formas de pago, en operaciones de enajenaciones de inmuebles, vehículos motorizados y toda operación de prestación de servicios o venta de bienes de monto superior a 40.000 U.I. (arts. 35, 40 y 41 de la Ley de Inclusión Financiera) anunciando su vigencia para el 1/7/2017.

Una reflexión personal: Sin ánimo de adivinar el futuro, todo parece indicar que quizás no sea ésta la última prórroga a dictar, ni los últimos cambios a introducir en esta ley, que a veinte meses de su promulgación está modificando el comportamiento social de los habitantes del Uruguay.

Parece necesario reflexionar entonces, acerca de algunas preguntas que cada uno deberá responderse con la mayor honestidad, para evaluar los cambios impuestos que afectan a la mayor parte de la gente.

Así sería bueno **preguntarse si ¿realmente ha mejorado la "oferta de productos y servicios financieros" para todos los ciudadanos "a precios razonables"? que constituía el objetivo primario de la Ley.**

Se impone también interrogarse acerca de un punto medular. Si al satisfacer todas las exigencias de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) y el Foro Global de Transparencia relativo a los intercambios de información, ¿se obtendrán efectivos beneficios para la sociedad uruguaya en su conjunto?

La derogación del secreto profesional en diferentes áreas ¿aportará beneficios al funcionamiento de la economía en su conjunto?

¿Será esta la forma de lograr el objetivo que se proclama, de beneficiar efectivamente el trabajo a través de la inversión en actividades productivas provenientes del exterior? O acaso ese objetivo será mucho más complejo de alcanzar por depender de múltiples factores internacionales?

Finalmente preguntémonos: los importantes costos ocultos que la Ley impuso (adecuación de software, rediseño de la operativa de la empresa, costos bancarios y financieros crecientes y cargas financieras, impuestas por la Ley, cargas para el usuario que limitan su libertad y que perjudican a la pequeña empresa nacional y en algunos rubros han eliminado puestos de trabajo ¿se justificarán finalmente por las bondades del régimen creado por la norma?

Esas son entre otras, las preguntas que honestamente deberemos respondernos en forma personal, para evaluar con sinceridad la incidencia de esta polémica Ley y su trascendente impacto en nuestra sociedad.

Lic. Ramón Borges.
Director Ejecutivo.

En V & B Comunicación Inteligente, trabajamos poniendo de manifiesto

el del Marketing (lo más importante es el cliente), el de la Comunicación (lo más importante es el receptor) y el de las Relaciones Públicas (lo más importante es la gente). Por esta razón, los proyectos de comunicación son hechos a medida para cada cliente y para cada situación, teniendo como objetivo vital transmitir calidad y profesionalidad, cuidando minuciosamente cada detalle e interactuando permanentemente con nuestro cliente, brindando la imagen que este quiere transmitir, haciendo por sobre todas las cosas que la Comunicación Institucional no publicitaria refuerce y hasta haga cambiar la imagen, convirtiéndola en el principal activo de éste. Para lograr estos objetivos, profesionales altamente calificados de la comunicación trabajan constantemente en estrecha relación con el cliente sin descuidar detalle. Dentro de los servicios que brindamos y en primera línea se encuentra "Prensa y Difusión". No competimos con las agencias de publicidad. Por el contrario somos complementarios y juntos acrecentamos el activo de nuestro cliente. Definimos en conjunto con nuestro cliente una política clara ante los medios de comunicación y la opinión pública, nutriendo de información eficaz, dirigida y constante, sabiendo que es lo que le interesa al periodista, manejando sus mismos códigos, logrando la presencia en los medios objetivamente seleccionados y por ende que la información sea correctamente transmitida al público objetivo.

094 22 61 63

info@vybcomunicacioninteligente.com

Mi pasión, mi vino, mi Sismo

Ing. Eduardo Lanza

Para crear el vino propio no es necesario ser enólogo, ni vendimiar las uvas, ni cuidar el largo proceso de la fermentación. Se precisa en cambio un talante personal, que reúna ciertas cualidades. La primera es contar con la experiencia del consumidor exigente. A eso sumarle una dosis de intrepidez y una idea clara del tipo de vino que se quiere crear. Y por último, un enólogo que secunde el proyecto y la bodega que lo facilite.

Jorge Pignataro, ejecutivo de la industria farmacéutica reúne estas condiciones, pero además le suma otra muy importante: hizo el curso de sommelier en la escuela del Gato Dumas. Incentivado por su pasión y su cordial amistad con los hermanos Pisano, elaboró sus tres primeros tintos en la bodega de Progreso. Así nació en 2011 la línea "P" de tres tintos, por Pignataro, Pisano y Progreso. Hoy Jorge ya cuenta con 8 elaboraciones y varios proyectos más en camino.

Recorrer este camino tan original despierta muchas preguntas y Jorge contesta la primera:

"mi pasión por los buenos vinos me llevó a crear los propios, como una forma especial de interac-

tuar con los consumidores, recoger sus opiniones y acompañarlos en la exploración de este mundo fascinante.

También considero que diseñar vinos que no tienen un fin comercial, es contribuir a fortalecer la identidad de los vinos uruguayos".

Y bien vale la pena saber que el proceso comienza de esta manera: "...lo primero es imaginar las características que debe tener ese vino ideal o soñado, si cabe la expresión. Luego viene explorar cuáles bodegas se acercan más a la idea original y por supuesto, elegir la que quiera asociarse a un proyecto diferente. Después viene la etapa de prácticas y degustaciones, sin duda la más jugosa, trabajando con el equipo de enólogos y evaluando las distintas opciones. Es un proceso intenso, muy entretenido y apasionante, que disfruto a pleno. El último desafío es encarar el diseño de la marca y la etiqueta...".

Lo más fácil y muchas empresas lo hacen, es elegir un vino ya elaborado, colocarle una etiqueta con la marca y obsequiarlo a fin de año a clientes y amigos. No conocemos buenas experiencias de este tipo, porque lo comercial de un lado y del otro, invalidan el resultado final. Además es muy posible que la etiqueta carezca de un buen diseño, porque tampoco es cuestión de invertir demasiado en ella.

De los ocho vinos de Pignataro sólo uno es blanco y el resto tintos. De forma espontánea la pregunta y la respuesta aparecen: "... creo que mi gusto por el Tannat me llevó a experimentar con esta cepa, ya sea en forma de varietal en una primera etapa, para después pasar a la de combinarla con otras y obtener así tintos de mayor complejidad...".

Luego de las experiencias con los hermanos Pisano y un poco más al sur, Artesana Winery ofrecía un atractivo muy poderoso. En un predio recostado sobre el arroyo Las Brujas, las enólogas Analía Lazaneo y Valentina Gatti, cultivan y procesan, la Zinfandel, una cepa tinta única en Uruguay emblema de California. Y con ellas y en ese entorno bucólico nacieron los Hechizos. Tres variaciones diferentes de Tannat y Zinfandel.

Al mismo tiempo una nueva experiencia pero en bodega Marichal, hizo nacer el Luna Nueva 2015, un blanco bivarietal de Chardonnay y Semillon, como forma de apartarse de los Sauvignon Blanc y siempre buscando ofrecer un vino muy original. Por último, el inquebrantable espíritu de innovación de Jorge lo impulsó a un nuevo desafío: crear un Tannat combinando dos, uno de Artesana y otro de Marichal. El primero con un pasaje por barricas usadas un par de veces y el segundo sin paso por madera. Sin duda una muy disfrutable experiencia porque:

"...ambas bodegas se entusiasmaron de inmediato al plantearles la idea, por su originalidad y a los 3 enólogos les sedujo explorarla, con audacia y vanguardismo".

Así nació el Sismo, el día de noviembre en que la finalización del trabajo del equipo, coincidió con el temblor que tuvo su epicentro en Sauce, Canelones. El nuevo corte de Tannat no podía llamarse de otra manera.

Los vinos de Jorge Pignataro – JPO Wines – se venden online por uruvinos@hotmail.com y la distribución se hace en familia.

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL URUGUAY

150 AÑOS 1867 - 2017

de libertad

El 17 de enero de 2017, se cumplieron 150 años de la fundación de la Bolsa de Comercio S.A. (Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay). La libertad es lo que mejor define la esencia de la institución. Libertad en su concepción más amplia, libertad individual, libertad política y libertad económica. Este ideal, junto con la competencia leal, la formación y la ética empresarial han sido desde su fundación hasta hoy, el sustento de su accionar.

El crecimiento de la sociedad tiene una base importante en la iniciativa privada a través de las empresas, que asumen riesgos como parte fundamental de su existencia y tienen como contrapartida lógica la rentabilidad que asegura su permanencia en el tiempo.

A lo largo de estos 150 años la Cámara ha sabido adaptarse a las nuevas realidades, generando los cambios estatutarios necesarios para incluir en el marco de sus actividades, al sector servicios como proyección de futuro, tanto por su desarrollo vertiginoso como generador virtuoso de riqueza y puestos de trabajo de calidad.

Dentro de esta forma de actuar es que la Cámara cuenta con más de 120 gremiales sectoriales vinculadas e incluye el concepto nacional por su representación, a través de los Centros Comerciales presentes en todos los Departamentos del país.

A su vez cuenta con varias representaciones a nivel internacional, siendo Comité Nacional de la CCI (Cámara de Comercio Internacional), miembro de AICO (Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio), Sección Nacional de CIAC (Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial), socio de CIAR (Centro Iberoamericano de Arbitraje), integrante de CEATAL-OIE (Comisión Empresarial de Asesoramiento Técnico en Asuntos Laborales de la OIE) y miembro de ALES (Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios), siendo responsable de su secretaría técnica.

A nivel institucional, se han creado áreas de trabajo para apoyar las necesidades de los socios. Así se han creado el Centro de Empresas Familiares, la Escuela de Negocios Internacionales, el Centro de Conciliación y Arbitraje y se forma parte del Programa AL-Invest. La factura electrónica y la firma digital llevaron a la concreción de convenios específicos para brindar a los socios ventajas competitivas, así como también los avances realizados en la creación de un proceso de certificación digital en la emisión de certificados de origen como herramienta ágil para el sector exportador.

La presencia en más de 56 mesas de Consejos de Salarios así como la integración internacional en la Organización Internacional de Empleadores y en la Organización Internacional del Trabajo como representantes del sector empresarial, demuestran la permanente vocación e interés en temas laborales dada su importancia y su impacto en la vida de la empresa.

La Cámara tiene el convencimiento de que no es por la antinomia de la lucha de clases sino por la visión colaborativa, que se desarrollan las nuevas y modernas relaciones laborales.

Preocupa el actual nivel educativo nacional y el impacto que tiene en el presente y futuro de las nuevas generaciones. Se considera a la educación como herramienta superadora, que genera oportunidades y siendo en el talento individual el único límite para su materialización.

Bajo un marco de competencia sana, con reglas claras y transparentes, el único techo para crecer que tienen las empresas y las personas es la creatividad. La institución es y ha sido en toda su historia una severa crítica del peso del Estado en la empresa privada.

En esta breve reseña la Cámara, así como sus colaboradores que han trabajado en ella a lo largo de estos 150 años, quieren felicitar a todos los empresarios, que son la razón de ser de la institución y los invita a festejar juntos.

Salud CNCS!

Departamento de Estudios Económicos

Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay

Informe Encuesta de Actividad Fiestas Tradicionales y perspectivas económicas 2017

1 **Como todos los años, en las primeras semanas del mes de enero la Cámara publica su Informe de Actividad del Sector Comercio y Servicios, que tiene como objetivo evaluar el comportamiento de las ventas correspondientes a la celebración de las Fiestas Tradicionales 2016 - 2017, gracias a la información brindada por los empresarios de los rubros más representativos para esta ocasión.**

2 Se tomó como referencia de análisis, el período que va desde el 19 de diciembre de 2016 hasta el 5 de enero de 2017 respecto al mismo período del año anterior. Asimismo, las empresas fueron seleccionadas a partir de la muestra habitual de la Encuesta Trimestral de Actividad de Comercio y Servicios, para los siguientes rubros: Artículos de Bazar, Confitería, Electrodomésticos, Jugueterías y Vestimenta.

3 Los datos obtenidos en esta oportunidad reflejan que la actividad comercial mostró una relativa recuperación en relación a lo ocurrido en los tres primeros trimestres analizados del año 2016, con un crecimiento interanual en términos reales en la mayoría de los rubros que abarca el informe.

4 En efecto, como ya se había destacado en el informe de actividad correspondiente al tercer trimestre del año 2016, aquellos sectores fundamentalmente vinculados a la comercialización de productos de origen importado, comenzaron a mostrar una leve recuperación luego de haber registrado caídas significativas de sus ventas en la primera mitad del año.

5 De esta forma, los empresarios consultados, en general indican que las ventas tuvieron un comportamiento superior al esperado en función de lo observado a lo largo del año 2016.

6 La mejora en los indicadores de confianza de los consumidores que se han registrado en los últimos meses, fundamentalmente como consecuencia de expectativas más moderadas en relación al aumento del valor del dólar, desaceleración de la inflación, así como perspectivas menos pesimistas respecto al futuro comportamiento de los países vecinos, junto con una buena temporada turística, han favorecido a que se registre una leve recuperación en los indicadores de actividad comercial reflejados en cierta forma en estos últimos datos publicados.

7 A su vez, un elemento particular que se produjo en esta oportunidad, fue que la celebración de Navidad y Año Nuevo ocurrió durante un fin de semana, lo cual de acuerdo a opiniones recogidas por los empresarios, los comercios ubicados en la zona del centro o sobre las principales avenidas trabajaron fundamentalmente con el movimiento de público que se genera durante los días laborables, principalmente durante las semanas previas de cada fecha.

8 Asimismo, como es tradicional, se llevó adelante una fuerte campaña de descuentos y promociones durante todo el mes de diciembre, apoyada a su vez por descuentos adicionales en compras con tarjetas de crédito y atractivos planes de financiación, lo cual generó un impacto significativo en los niveles de ventas como ya se ha destacado en otras oportunidades.

9 Se observó a su vez, una extensión en el horario de atención al público los días viernes y sábado, aunque los resultados en esta ocasión fueron menores a los esperados de acuerdo a las consultas realizadas.

10 Otras estrategias habituales de promoción consistieron en campañas publicitarias a través de medios de comunicación masiva, cartelería y folletería impresa destacando ofertas puntuales, y el uso de redes sociales como herramienta de comunicación y promoción de una variada gama de artículos.

11 En relación al comportamiento de los diferentes sectores, como se adelantó, se observó una recuperación en términos reales respecto al año anterior, fundamentalmente en relación a los productos de origen importado, tras la tendencia en el valor del dólar que repercutió en un crecimiento del nivel de precios menor a la inflación para esta gama de productos.

12 Las ventas en el sector Artículos de Bazar crecieron 15,4 % en términos reales respecto a lo ocurrido el año anterior. Los empresarios consultados indican que el mayor movimiento que se produjo a lo largo de las semanas previas, favoreció la venta en los comercios ubicados principalmente en el Centro de la ciudad, lo cual repercutió en una mayor actividad comercial en las casas del ramo a diferencia de lo que se venía observando a lo largo del año.

13 En el caso del sector Electrodomésticos, los datos confirman el proceso de recuperación observado a partir del segundo trimestre del año anterior, mostrando en esta oportunidad un crecimiento de 8,1 % para el promedio de las empresas consultadas.

14 La tendencia en la evolución del dólar junto con las fuertes campañas de promoción y planes de financiación que habitualmente llevan adelante las casas del ramo, han favorecido la recuperación de ventas del sector. Asimismo, la permanente renovación en la oferta de artículos y la tendencia decreciente en el precio de los mismos también es un estímulo al permanente recambio tecnológico.

15 En relación a las ventas de artículos de Confitería, la evaluación realizada por los empresarios respecto a las Fiestas Tradiciones ha sido negativa, observándose un descenso de 12,3 % en términos reales respecto al año anterior.

16 Se destaca como factor determinante de este resultado, que al realizarse la celebración durante el fin de semana, la demanda se vio disminuida por un menor público circulante que habitualmente realiza las compras el mismo día o el día anterior. En efecto, a diferencia de lo ocurrido en el resto de los ramos comerciales, por tratarse de artículos altamente perecederos, las ventas tienden a concentrarse horas antes, en vísperas de la celebración, con lo cual, el menor movimiento de público que se observa en general los fines de semana, resultó en niveles de venta menores al de años anteriores.

17 En Jugueterías, por su parte los resultados han sido levemente positivos, con un crecimiento de 1,4 % en términos reales respecto al año anterior. En general, de acuerdo a las opiniones recogidas los empresarios se han mostrado satisfechos con los niveles de venta alcanzados, con una buena respuesta por parte del público a los numerosos descuentos ofrecidos a través de las distintas promociones en pagos con tarjetas de crédito.

CUADRO RESUMEN

Rubros	Empresas	Locales	Personal Ocupado	Variación
Bazar	4	4	15	15,4 %
Confitería	8	12	401	-12,3 %
Juguetería	6	20	126	1,4%
Electrodomésticos	5	21	193	8,1 %
Vestimenta Femenina	7	71	625	3,2 %
Vestimenta Masculina	5	25	181	-1,0 %

18 Los empresarios indican asimismo que la actividad comercial fue muy buena fundamentalmente en la segunda quincena del mes de diciembre, concentrándose la misma durante la semana previa a Navidad. Sin embargo, el movimiento decayó sensiblemente en la primera semana de enero, en vísperas del día de Reyes.

19 En relación al sector Vestimenta, se registró un crecimiento moderado para el caso de indumentaria femenina y un leve retroceso en el caso de vestimenta para hombres, de acuerdo a los datos proporcionados por los empresarios. En ambos casos se observaron diferencias a nivel de las empresas consultadas, aunque en general, los resultados se enmarcan en el comportamiento irregular que tuvieron las ventas durante el correr del año.

20 En efecto, los niveles de vestimenta femenina crecieron un 3,2 %, mientras que en el caso de la vestimenta masculina se redujeron un 1 %.

21 A modo de conclusión y en función del resultado de los diferentes sectores analizados, es posible determinar que el comportamiento de las ventas con motivo de las Fiestas Tradicionales, mostró en líneas generales cierto nivel de satisfacción por parte de la mayoría de los empresarios consultados. Superando en algunos casos las expectativas previamente generadas teniendo en cuenta fundamentalmente que durante el transcurso del año 2016 y principalmente en el primer semestre del mismo, el sector comercial había registrado un significativo retroceso en su nivel de actividad.

22 De esta forma, el comportamiento de la actividad comercial durante del presente año estará condicionada a la estabilidad de las variables macroeconómicas básicas, en particular, al nivel de precios internos, al comportamiento del valor del dólar, a la tasa de desempleo, al nivel de salarios y a la performance de los diferentes sectores de actividad económica, que permitan una recuperación de la confianza por parte de empresas y de los hogares, y así una mayor predisposición a la compra de artículos de consumo, inversión y servicios.

Montevideo, 19 de enero de 2017.

Querés ser modelo?

CURSO ANUAL DE MODELO PROFESIONAL

INICIO MARTES 14 MARZO

NOMBRANDO LA REVISTA SE EXONERA INSCRIPCION

AUTOESTIMA Y ACTITUD PROFESIONAL - MAQUILLAJE
ASESORIA DE IMAGEN - PREPARACION PARA CASTINGS
FOTOGRAFIA - PASARELA - TELEVISION - USO DE REDES
SOCIALES - MARKETING PERSONAL - DISEÑO DE BOOK
PROFESIONAL

WWW.EMAMODELS.COM.UY
099 136 434

Directora Leticia Fernandez Feijoo

EMA Models

MODELO @MARUROMANO

Vencer Paradigmas, una posibilidad que tienta y atemoriza

Prof. Samy Borensztejn

Comienza un nuevo ciclo, y es momento de reflexionar acerca de los resultados de los trescientos sesenta y cinco días del dos mil dieciséis, para comenzar a vivir tus sueños, deseos y planes para el dos mil diecisiete.

Como dice el refrán, comienzo tienen las cosas, y muchas veces lo evidente no es tan evidente y se nos escapa. Ante la pregunta donde empiezo y como empiezo mi plan, la respuesta ha de ser:

-Comienzo Aquí y Ahora y desde el lugar en que me encuentro, por lo tanto, antes de empezar es necesario observarse, y observar alrededor, hacer y hacernos preguntas, es lo que nos sitúa en un correcto lugar de observador interno.

La magia de la escritura, tiene entre otras ventajas, que necesariamente nos lleva a ordenar las ideas, una cosa es pensar y otra es ponerlo por escrito.
La idea es preguntarnos y contestarnos, ya ese ejercicio tiene sorprendentes resultados.
Los paradigmas, las creencias que abrazamos desde la infancia, tienen objetivos concretos y útiles, que adoptamos porque nos ayudan a sobrevivir y a relacionarnos.
Si tenemos la creencia de que el mar es peligroso, difícilmente moriremos ahogados. También difícilmente disfrutaremos del agua fresca en verano.
En definitiva, lo importante es observar nuestras creencias y reformularlas según el grado de bienestar y felicidad que nos reflejan en el presente.

Los paradigmas no son inútiles ni malos consejeros, todo lo contrario, nos proporcionan el vehículo necesario para tomar decisiones velozmente.
Si debemos someterlos a una observación y análisis cada vez que nos generan dudas o si desde afuera advertimos que pueden haber sucedido cambios.

Se trata de dudar de lo que no dudamos.
Es sencillo, pero no es fácil.

Cambiar se trata de sorprendernos de nosotros mismos tomando decisiones y caminos que no tomamos habitualmente. El paradig-

ma es familiar directo del hábito.

En diciembre pasado el Lic. Alexis Jano Ros presentó su último libro: Vencer Paradigmas. En él se cuentan quince historias de uruguayos destacados en distintas áreas, siendo el denominador común el haber desafiado el razonamiento superficial y haber tomado un camino distinto al de la mayoría. Lo cual no garantiza el éxito, nada garantiza el éxito. Un camino distinto si nos ayuda a abrir la cabeza.
Una de las reflexiones que me dejó el libro es que debemos enfocarnos en nuevos pensamientos en un mundo cambiante y entender que ningún negocio será igual al que estamos habituados. Lo que si es cierto es que estos cambios se están dando muy rápido y lo que no podemos es repetir los mismos esquemas que hasta ahora nos dieron resultado.

Quiero recomendarles también una conferencia dictada en Universidad O.R.T. por el Lic. Federico Ast (argentino).
Se realizó en junio de dos mil dieciséis y se encuentra fácilmente en internet: internet y la disrupción de todas las industrias.

Ast explica con simpleza, simpatía e inteligencia algunas aristas de un mundo que ya llegó y casi sin avisar.
Estamos permanentemente buscando automatismos, hojas de ruta, secuencias operacionales y manuales de operaciones, manejo asertivo del tiempo y muchas otras capacidades operacionales para mejorar, optimizar competir y está muy bien. Pero todo este proceso debe ser sometido periódicamente al análisis y reformulación permanente de la validez teórica.

Muchas veces intentamos resolver problemas del hoy, con herramientas del ayer.

Ejercitarnos en reevaluar periódicamente creencias, y reformular paradigmas, será nuestro reto a corto plazo.
Albert Einstein decía que frente a un momento de crisis es más importante la creatividad que la inteligencia y lo que se necesita a los efectos de Vencer Paradigmas, es determinación y creatividad.
Muchas veces creemos que los cambios les afectan a otros y nos dormimos en un éxito que se logró en el ayer, o simplemente creemos que el éxito es algo que le sucede a otro.

En realidad, todo lo que se necesita es ponerse en movimiento: ***un paso no te lleva al lugar donde quieres ir, pero te saca de donde estas.***

Este es un axioma poderoso, que nos da la clave de qué hacer cuando no sabemos qué hacer, solo un paso y ya estamos en un lugar distinto.

Una de las frases de Covey que más me gusta dice:

Lo más importante de la vida, es que lo más importante sea lo más importante.
Indudablemente nada es gratis, y la clave está en el esfuerzo y la pasión con la que encaramos las actividades.
Todos los entrevistados en el libro de Alexis Jano Ross dan testimonio de ello.
Ellos también deberán seguir venciendo paradigmas si desean sostener el éxito en el tiempo. La vida no espera, simplemente va sucediendo, sin pausa y solo hacia adelante.

Ni respirar es gratis y sin esfuerzo, el acto de inhalar es una acción activa que necesita vencer la gravedad y el efecto de vacío intrapulmonar y quema calorías, el acto de exhalar es pasivo y no necesita de esfuerzo alguno.
No son malas noticias, hay que abandonar la idea que los resultados en cualquier plano de la vida, van a suceder sin esfuerzo. Podemos tener suerte, alguna vez, pero es eso, solo suerte.
Lo que realmente te va a llevar a donde queres y mereces estar, es tu grado de involucramiento y las acciones que realices.

Te deseo suerte para este nuevo ciclo, pero que la suerte te sorprenda, no la planifiques, no cuentes con ella. En realidad, no la necesitas.

Una uruguaya en Hollywood

Noel Calcaterra es sinónimo de musicales en Montevideo.
Su voz y su figura dieron vida a numerosas e inolvidables piezas que conmovieron a todos. El jorobado de Notre Dame, West Side Story, Chicago y hasta su propio musical, Brunette, por citar algunos ejemplos, fueron éxitos rutilantes que brillaron en las carteleras uruguayas.

Pero como lo que mueve a la gente talentosa es el espíritu inquieto y curioso, en lugar de quedarse en su zona de confort, ella decidió que era hora de seguir aprendiendo. Y fue así que eligió proseguir su Carrera en la meca del espectáculo mundial, Hollywood.

Estudió cine, actuación y locución. Y como era de esperar, comenzaron a llegar las ofertas de trabajo.

Los Delfines
AUG. 23

"Al principio te lleva un tiempo adaptarte (dice Noel). Hay que trabajar en todos los acentos, tanto en ingles como en español neutro. Y claro, además uno lleva la mochila de sentir que viene de un pais chico y las luces de Hollywood te deslumbran, pero con el tiempo te das cuenta que es como en todos lados: con esfuerzo y dedicación las cosas llegan". "Siempre fui una agradecida de la vida, y no me puedo olvidar de la primera persona que confió en mí aquí en Los Ángeles: Isabel Etcheverry y su prestigiosa productora Kontakto".

Desde comerciales de televisión para grandes marcas mundiales a ser dirigida en teatro musical por la reconocida coach de las estrellas, Michelle Danner, desde locuciones para radio a cantar en The Overstreet New Orleans Jazz Band, una de las nuevas bandas de jazz mas populares en Los Angeles, esta actriz multifacética despliega todo su talento demostrando lo que sabe hacer.

Así fue como llegó la oportunidad para audicionar para una de las instituciones mas prestigiosas del teatro hispano en Los Angeles, "The Bilingual Foundation of the Arts". Estaban buscando talento para "El hombre de la Mancha", la adaptación de la obra maestra de Cervantes, y Noel sintió que era allí donde quería estar.

"Cuando audicioné no sabía que detrás de todo eso estaba Paloma San Basilio., la famosa cantante española, quien fue el nexo para conseguir los derechos de la obra y estrenarla en español por primera vez en Los Angeles. El solo pensar que yo podría ser parte de eso me emocionaba".

No solo fue parte: Noel fue la protagonista de la obra, y nuevamente fue figura sobre el escenario. Algo que la sorprendió. Pero más sorprendida quedó cuando vió a la mismisima Paloma felicitarla al final del estreno.

"Paloma es mi ídola desde niña. Recuerdo que más o menos a mis 7 años, encendía las luces del auto de mi padre y me ponía delante, mientras reproducía el cassette de Paloma y cantaba: "¿POR QUE ME ABANDONASTE?!!!" Tener la oportunidad de que tu referente te vea en el teatro y te diga cosas hermosas sobre tu trabajo, fue maravilloso. Lo único que me apena es no recordar sus exactas palabras por mi estado de obnubilación (se ríe)."

"Ademas, trabajar junto a la directora Margarita Galban, un referente del teatro mexicano, ha sido un placer y un gran honor. Margarita es apasionada y muy sensible, se concentra en el trabajo actoral honesto y sacó lo mejor de mi".
"El Hombre de La Mancha" es una joya maravillosamente escrita, que además de muy entretenida, es una obra de gran profundidad, y tiene un mensaje muy hermoso del sueño imposible: eso de seguir adelante sin que nada te detenga, que se relaciona mucho con mi experiencia personal", agrega Noel.

La carrera de Noel no se detiene.
Con un disco en camino a salir próximamente en Uruguay, "Tributo", en donde homenajea a Los Delfines, la legendaria banda uruguaya que marcó una época en el rock nacional, Noel sigue experimentando y cautivando con su talento.
El disco está formado por versiones en ritmo de bossa y jazz de los grandes éxitos de la banda uruguaya. Fue producido parte en Montevideo y parte en Los Angeles, y su lanzamiento es inminente.

Noel sigue con proyectos en puerta para los próximos dos años que la mantendrán ocupada en los escenarios y también en la pantalla grande de Los Angeles.

¿Profesionalismo?
Rol del Operador Inmobiliario Profesional

Matías Medina
Rematador Público
Operador Inmobiliario
Asesor en Seguros

Tecnología aplicada a la actividad Inmobiliaria.

Cuesta mucho hablar de Profesionalismo del Operador Inmobiliario sin antes hacer referencia que lamentablemente no hay una ley que regule la actividad inmobiliaria, pasan los años, diversos gobiernos y todo queda en "promesas", "palabras", " proyectos", " debates", " reuniones", pero aún no hay un marco legal que nos brinde protección.

No solo observamos figuras como: Escribanos, Porteros, Contadores, Odontólogos, Jubilados Bancarios, informales (los cuales en su gran mayoría no tienen ningún tipo de capacitación inmobiliaria), incluso las propias empresas que brindan garantías inmobiliarias a las cuales llevamos nuestros clientes actúan como nuestros competidores llamando a nuestros clientes y ofreciéndoles sus servicios y propiedades que tienen disponibles.

Otro factor y no menos importante de los anteriores, es la **competencia desleal** entre colegas y la poca formación para desempeñar su función, **MUY PREOCUPANTE**, lo que genera una muy mala imágen a la población de nuestro trabajo.

Todos estos aspectos se observan en el ejercicio de esta **HERMOSA PROFESIÓN**, razón por la cual realizamos este breve informe.

Operador Inmobiliario Profesional: ¿Qué implica?, no significa simplemente hacer un curso de un año o leer un manual, sino realizar el curso oficial de Operador Inmobiliario habilitado por Anep con titulación oficial a nivel terciario, capacitarse en aspectos como: tasaciones, negociación, mediación, aspectos tributarios, marketing, derecho, normativa a nivel contractual incluso hasta en buenas costumbres y buenos modales. Este tipo de capacitación nos hace frente a nuestros clientes y a terceros, brindarles el denominado "servicio integral" que tanto es utilizado como un aspecto relevante en Marketing y en diversas áreas vinculadas a servicios.

La actividad no se limita a realizar una publicación y esperar que me llamen!, eso lo puede hacer cualquier individuo. **La tecnología es una herramienta vital e incluso un arma de doble filo**.
Utilizada correctamente, actualizada y manipulada de forma dinámica hace que sea de gran utilidad. Pero en contraposición si es mal utilizada, sin dedicación, responsabilidad, sin un trabajo previo que la respalde, hace que brinde una pésima imágen de nuestro trabajo.

La tecnología llegó para quedarse: Instagram, Twitter, Facebook, Viber, Linkedin, Whatapp, entre otras, requieren que estemos en constantes procesos de adaptación, este tipo de redes nos brinda una mayor difusión de nuestros
negocios y servicios. Llegamos minuto a minuto a miles de personas y esto es lo que queremos lograr!!,mayor difusión.

Está en nosotros canalizar y aprovechar este tipo de redes que día a día están más insertas en la sociedad.

Todo este tipo de redes no puede desnaturalizar la esencia del negocio, porque hoy o dentro de 20, 40 o 50 años siempre van a ver dos partes involucradas: una que desea vender y otra que desea adquirir la propiedad, y está en nosotros en utilizar todas las herramientas intelectuales y tecnológicas para obtener resultados favorables para satisfacer las necesidades de las partes.

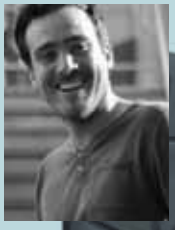
Licenciatura en Gestión Inmobiliaria en Uruguay ¿Utopía?; cuesta mucho pensar en una Carrera Universitaria relacionada al mundo Inmobiliario y más después de describir determinados aspectos poco alentadores. Actualmente hay seminarios y un posgrado que lo brinda una Universidad privada el cual se enfoca en desarrollos inmobiliarios. Pero no hay una formación Universitaria en el tema. Podría ser un punto de partida intermedio profundizar los conocimientos de la carrera de Operador Inmobiliario a nivel terciario a través de una Tecnicatura para ir de a poco enfocándonos en una Licenciatura que abarque todos los aspectos en profundidad.

Varios países tienen dentro de sus planes de estudio la Carrera de Licenciado en Gestión de Negocios Inmobiliarios , sin ir más lejos Argentina es uno de ellos, incluso tiene un registro de Corredores Inmobiliarios al igual que en Brasil. Esto hace que haya un control estatal y evita el libertinaje que es moneda corriente y que lamentablemente debemos tolerar a diario.

Por último dejamos planteada una frase del Sr Stephen Hawking: "El mayor enemigo del conocimiento no es la ignorancia, es la ilusión del conocimiento".

Matías Medina.
Rematador Público, Tasador MAT 6478.
Operador Inmobiliario Profesional.
Asesor Integral de Seguros.
Miembro CIU Y ANRTCI.
Director Macari Negocios Inmobiliarios y Rurales.

Las 7 claves para hacer una empresa exitosa



Dr. Leandro Mestre
Dr. Martín Giura

¿Qué hace que un proyecto sea exitoso? ¿Alcanza solo con tener una buena idea? ¿Qué tan importante es el equipo y la capacidad de ejecución de un proyecto? ¿Cómo sé cuando estoy frente a una oportunidad de negocio? ¿Puedo tomar acciones desde el momento inicial para que el emprendimiento sea escalable?

Probablemente estas y otras preguntas se hagan muchos emprendedores cuando empiezan un proyecto. Otros quizás no toman en cuenta o no dimensionan correctamente algunos de los obstáculos que pueden devenir en la ejecución de un proyecto.

Por ello resulta de gran relevancia tener presente algunas claves sobre temas esenciales que contribuyen a disminuir las chances de error y aumentar las probabilidades de éxito.

1. Oportunidad - Identificar una oportunidad concreta que el mercado demanda. A veces tendemos a centrar el pensamiento en esa gran idea que va a cambiarlo todo. En Hydra hacemos el proceso al revés de como piensa la gran mayoría. Primero buscamos un mercado que nos resulte atractivo y después de acuerdo a eso vamos a la siguiente pregunta más importante, ¿Cuál es ese conjunto de habilidades que se necesitan para generar una solución en ese mercado?
Así surgió Clubpet en Abril de 2016, nuestra primera empresa de Hydra. Primero elegimos el mercado de mascotas, identificamos sus problemas y necesidades, después elegimos el equipo adecuado para liderarlo y por último creamos la solución hasta que llegamos al concepto que aportaba valor a ese mercado: "El Asistente Personal de tu Mascota".

2. Equipo - Los fundadores de empresas se enfrentan constantemente a una gran variedad de decisiones al construir sus startups: decisiones de mercado, decisiones de producto, decisiones de financiamiento, y muchas más. La tentación muchas veces es de priorizar solamente esas cuestiones sobre las decisiones de cómo estructurar sus propios equipos fundadores.
Consideramos que el equipo fundador es uno de los ejes fundamentales de cualquier empresa ya que son los que definen la calidad de la ejecución y es por esto que es vital incorporar perfiles complementarios para el mercado que están emprendiendo.

3. Ejecución - Nunca retrasar la ejecución, ante la duda siempre buscar ejecutar, lo mejor que se pueda en tiempo limitado, después de eso sacar conclusiones y tener mecanismos de medición para aprender rápidamente del negocio y el mercado. El plan de negocio es una gran herramienta para la teoría pero hoy tenemos mecanismos más eficaces para hacer crecer un negocio más rápidamente y eso es a través del aprendizaje validado.

4. Mercado - Buscar un mercado grande y encontrar maneras de captarlo rápidamente. No enfocarse únicamente en Uruguay, sino mirar al mundo y prepararse para competir internacionalmente.

5. Flexibilidad - Buscar que toda estructura que armemos sea lo más flexible y adaptable posible. No gana el más fuerte, sino el que mejor se adapta.

6. Escalabilidad - Pensar desde el día uno cómo vamos a hacer para escalar el negocio y preparar los procesos y la tecnología de la empresa para hacerlo de forma sostenida.

7. Asesoramiento - es importante acudir a asesores desde el momento genético del proyecto. Entre otros aspectos es imprescindible estar asesorados en los siguientes puntos: qué tipo social se adecúa mejor al proyecto, de qué forma puedo proteger la propiedad intelectual, qué contratos se deben suscribir con los clientes y proveedores, cuál es la forma más eficiente de pagar los impuestos, cómo manejar las relaciones laborales, de qué manera preparar la empresa para recibir inversiones, entre otros.

Complementando el punto 2 (equipo), cabe mencionar que existe la posibilidad (y resulta aconsejable) de regular entre los socios todas aquellas cuestiones relevantes para el futuro de la sociedad a través de un convenio de sindicación de acciones o acuerdo de socios.

El objeto de estos acuerdos no se encuentra limitado y se pueden pactar todas aquellas cuestiones que tengan un objeto lícito.

Su contenido puede ser diverso, pudiéndose regular entre otros aspectos cuestiones relativas a la transferencia de acciones; ejercicio de derecho de preferencia; forma de ejercer el voto; obligaciones y responsabilidades; penalidades; asuntos reservados a determinada mayoría o procedimiento especial.

Esto se traduce en lograr un contrato claro que contemple posibles escenarios negativos que podrían ocurrir, con correspondientes acciones para evitarlos, para así disminuir dolores de cabeza futuros y aumentar las chances de éxito cualquier startup.

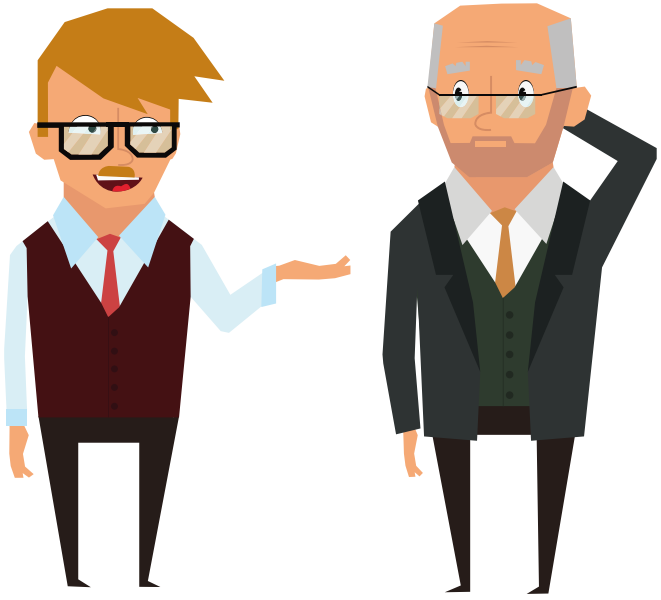
En conclusión, hay muchos aspectos que influyen en el desarrollo exitoso de un emprendimiento. Sobre estos y otros aspectos es que creamos el curso: "Introducción a Startups", por más información: www.hydracampus.com.

(*) Leandro Mestre: Abogado, LL.M. Master en Derecho (en proceso), especializado en asesoramiento a Startups, Profesor Universidad ORT. Socio Hydra.

Martín Giura: Co-fundador de woOw! Socio-Director Hydra - creadora de empresas e Hydra Consulting. Inversor en MonkeyLearn Inc, Inversor fondo NXTP Labs.

"Personal Shopper Inmobiliario"

Gabriel Sosa Díaz
Rematador Público
Op. Inmobiliario



Servicio Profesional orientado exclusivamente a satisfacer las necesidades de aquellos clientes que buscan adquirir una determinada propiedad.

Asesor Personal

"**Un asesor personal para los compradores de viviendas**", tenía por título un artículo publicado el 22 de Abril de 2016 por el diario "El Mundo" de España, en el que se informaba que los denominados PSI (Personal Shopper Inmobiliario) estaban ganando "cada vez más terreno" en el Mercado Inmobiliario de ese país Europeo.

¿De dónde proviene?

El "**Shopper**" ("Comprador"), tiene sus orígenes en EE.UU. en la década de los 80´ en el "Mundo de la Moda" expandiéndose posteriormente hacia el negocio de los Bienes Raíces. En el Reino de España, comenzaron a hacerse fuertes a partir del año **2010** y según estimaciones de la **AEPSI** (Asociación Española de Personal Shopper Inmobiliario) actualmente existirían en ese país, unas 200 Empresas que se dedican a prestar el servicio **PSI**. A diferencia de la Empresa Inmobiliaria "tradicional", destacan que el **PSI** no posee una Cartera de Propiedades; nunca interviene en la operación por las dos partes (Vendedor / Comprador), dado que solo defiende los intereses del Comprador y que sus Honorarios pueden llegar a oscilar entre el 1 y el **2** %.

– "En Estados Unidos, los agentes de bienes raíces son denominados Real Estate Agents o Realtors en su abreviatura, trabajan en agencias inmobiliarias, y por tradición y por defecto para la parte vendedora que es quien ha contratado sus servicios, para vender su activo al mejor precio alcanzable y con el menor tiempo posible".

– "La institución que representa y recoge los intereses de los agentes de bienes raíces (Realtors) en EEUU es la National Association of Realtors® (NAR).
– "Dentro de la National Association of Realtors® (NAR) existe la Real Estate Buyer Agent Council of the National Association of Realtors® (REBAC) que en castellano se podría llamar el Consejo del Agente del Comprador de Bienes Raíces de la NAR".
– "Este consejo (REBAC en sus siglas en inglés) fue fundado en 1988 por el Realtor® Barry Miller, para promover la figura de la agencia exclusiva del comprador y para ayudar al crecimiento de un grupo de franquicias de agencias del comprador que también poseía".
(Fuente: Inmodiario.com)

¿En qué consiste su servicio?

Según el Presidente de **AEPSI, Enric Jiménez,** "es un agente personal y exclusivo del comprador de activos inmobiliarios. Este asistente personal busca, encuentra, negocia y cierra la compra o alquiler de una vivienda o un espacio de trabajo según la demanda de su cliente. Y lo hace siempre con un claro posicionamiento a favor del comprador." Asimismo, según consigna el sitio en internet (http://www.ae-psi.es/) de la citada organización que nuclea a Profesionales que se dedican exclusivamente a la prestación de éste servicio, los mismos se desempeñan de la siguiente manera, a saber:

1. Una entrevista en profundidad para conocer necesidades y motivaciones

Lo primero es conocer las necesidades y motivaciones del cliente mediante una entrevista personal. En esta reunión, se detallan los criterios más valorados como son el barrio, dimensiones, antigüedad, estilo, nivel de conservación, distribución, precio, servicios comunitarios o equipamiento de la zona.

2. Firma de contrato de encargo de PSI y pago de provisión de fondos

Una vez definido qué quiere el cliente, se firma un contrato de servicios donde se describe las características de la búsqueda, los servicios contratados y en el que se incluye el coste final de los servicios así como un importe de gastos iniciales en concepto de honorarios por la búsqueda que se descontarán del coste total. El importe final de los servicios se devengará en varias fases: firma de la reserva, firma del contrato de arras y firma de la escrituración.

3. Búsqueda y Visitas

Una vez firmado el encargo, el **PSI** realiza la búsqueda del inmueble por distintos métodos, prospectando en la totalidad de la oferta. Visita los inmuebles que cumplan las condiciones predeterminadas y presenta al cliente un documento con una selección de ellos, de entre los cuales se seleccionarán aquellos a los que se quiere realizar visita.

4. ¡Lo Encontramos!

Cuando se manifiesta interés por un inmueble en concreto, y tras investigar la situación legal y técnica del inmueble, se inicia el proceso de negociación de precio. Una vez alcanzado un acuerdo, el **PSI** prepara documentación para la firma de los diferentes documentos: Documento de reserva, contrato de compraventa y escritura notarial.

5. Servicio Post-Venta

El servicio de Personal Shopper Inmobiliario no se acaba con la compra del inmueble; también se asesora en todos los trámites post venta: cambios de titularidad, entrega de documentos a organismos públicos, consultas técnicas a nuestro equipo, etc.

(Fuente: AEPSI)

TIEMPO DE BALANCES

Ec. María Dolores Benavente
Gerente General de Unión Capital AFAP
@UnionCapital_uy @MDBSBC

Tradicionalmente, los cierres de año calendario nos llevan a realizar balances de lo acontecido, así como a planificar o proyectar lo que ocurrirá en el año entrante. En este artículo, analizamos el transcurso de 2016.

2016. Año con luces y sombras

Las luces

Durante 2016, **la economía creció** levemente, apenas por encima del error estadístico. Pero esa noticia es buena, en un contexto regional deprimido y con desestabilización política, en el caso de Brasil.
En efecto, se espera una variación anual del PBI en el entorno del 1%, con incrementos en los tres sectores básicos en cuanto a su peso en el índice: Comercio y Servicios, Industria y Agropecuario. En el primer caso, el crecimiento está asociado fundamentalmente, a un precio del dólar levemente decreciente, que incentiva el Consumo, a un salario que nuevamente crece por encima de la inflación y a un mercado de trabajo que parece estar recuperándose. En el caso de la Industria, se destaca el crecimiento de las actividades relacionadas al procesamiento de pulpa de celulosa y a los frigoríficos, mientras que en el Agropecuario, el impulso provino básicamente de la faena de carne.

A su vez, **el empleo** que había estado deprimido durante 2015 y hasta agosto de 2016, parece estar revirtiendo su tendencia. Habrá que aguardar nuevos datos para saber si este crecimiento se consolida.

La incidencia de una **Argentina menos hostil** hacia el país, así como más cara en la paridad de tipos de cambio, es otro hecho que está repercutiendo positivamente en el comercio exterior, el turismo, la actividad y el empleo, más que compensando la influencia negativa de su actividad que no termina de despegar.
En el campo que más compete a la previsión social, se debe destacar la **consolidación**

del sistema Mixto uruguayo, que ya cuenta con 20 años de vida, **más de 1.330.000 trabajadores** afiliados, un **ahorro** acumulado perteneciente a estos trabajadores de más de 12.000 millones de dólares, equivalente al **23% del PBI** del país y un **rendimiento de más de 7% en términos reales**, logrado con inversiones rentables y riesgos acotados.

A su vez, **UniónCapital AFAP ha mantenido su posición de liderazgo**, con el **primer lugar en Rentabilidad Bruta desde el inicio del Sistema Mixto y Neta en los últimos cinco años** (descontada la comisión de administración, la prima del seguro y la comisión de custodia del BCU), tanto en el Subfondo de Acumulación, como en el Subfondo de Retiro.

Las amenazas surgidas durante el año, para el sistema, al no materializarse, terminaron consolidándolo.

En efecto, la primera de ellas se centró en el problema que enfrentan los llamados "cincuentones". Luego de la confusión inicial, derivada de que estas personas manifestaban que su reclamo era "contra las AFAP", quedó claro que lo que reclaman es que el BPS les reconozca los montos realmente aportados antes de 1996 y no les aplique el cálculo jubilatorio como si hubieran aportado sólo hasta el primer nivel del Sistema Mixto ($43.810 en pesos de hoy). Ese es su reclamo y no "contra las AFAP", que ni siquiera existían antes de 1996. La Comisión creada por el Gobierno para estos efectos se encuentra estudiando posibles soluciones al planteo del grupo de trabajadores.

A su vez, la ley 19.162 que habilitó las desafiliaciones (pasar al sistema de Reparto (BPS) y dejar la AFAP) y Revocaciones ("desmarcar el artículo 8º"y asignar más aportes al sistema de Reparto (BPS) que a la cuenta individual en la AFAP), a partir del año 2014, tuvo muy pocas adhesiones. De hecho, en estos tres años se desafiliaron 3.157 personas y revocaron el artículo 8º, 11.709 personas (datos hasta noviembre de 2016). Como se puede apreciar, cifras mínimas tanto en relación al total de afiliaciones en esos años, como en relación al universo de personas alcanzadas (mayores de 58 años en un caso y de 40 en el otro) y por tanto, también estos datos constituyen un aspecto positivo a destacar, puesto que la gran mayoría de los trabajadores, asesorados por el propio BPS, finalmente optaron por permanecer en el Sistema Mixto o por no desmarcar la opción del artículo 8º.

Las sombras

Los **problemas estructurales** del país siguen sin solución: el **peso del Estado** sobre la economía, la escasa **apertura comercial**, la **inflación**, el **nivel educativo**, entre otros. Todo ello repercute en bajos niveles de **competitividad** que se reflejan en diferentes indicadores y ubican a Uruguay en el lugar 73 de 138 países en la encuesta del Foro Económico Mundial y en el lugar 90 de 190 países en el análisis del Banco Mundial, detrás de varios países latinoamericanos.

En materia de **previsión social**, entendemos que el sistema tiene una alta **concentración** hacia la AFAP de capital estatal, que no existe una adecuada competencia en el tramo de desacumulación (hay un **monopolio de hecho por parte del BSE**) y que todavía las propias AFAP y las autoridades no hemos podido explicar adecuadamente el funcionamiento del sistema de manera que los trabajadores sientan que estos fondos son parte de su patrimonio.

Desafíos para 2017

El diagnóstico de estos problemas debe ser también la hoja de ruta para los planes de acción que lleven a solucionarlos.

Los desafíos que tiene por delante el país no son tanto numerosos, cuanto profundos y urgentes.
En este sentido, sería deseable poder tener a partir de 2017 una agenda de medidas realistas y concretas para que la sociedad pueda ver el rumbo y hacer un seguimiento de los avances.

En materia de competitividad, es claro que la reforma del Estado tiene que incluir una regla fiscal explícita, una reingeniería de las regulaciones de manera de reducir la burocracia y no asfixiar al sector privado, así como un adecuado gobierno corporativo de las empresas públicas, con una actuación que rinda cuentas a sus propietarios (los ciudadanos), que incluya gestión más transparente y profesionalización y alejamiento de la política partidaria por parte de los directores.

Es clara la incidencia de una reforma de estas características en la reducción de la inflación.
La necesaria apertura comercial parece ser un camino que las autoridades están comenzando a recorrer con mayor firmeza, a través de la firma de acuerdos comerciales, ya sea en el marco de acuerdos del Mercosur o en forma individual.

En materia educativa es donde los esfuerzos deberán ser mayores puesto que se está partiendo de una base muy baja. Las mejores prácticas en la materia señalan una necesaria autonomía de los directores, en la contratación y en la currícula, así como la permanente evaluación de la eficacia de los aprendizajes y la libre elección de los padres del centro educativo público o privado al que concurrirán sus hijos.

En cuanto a la **previsión social**, la Asociación Nacional de AFAP ha señalado ante las autoridades que si bien el sistema está consolidado, es necesario realizar una serie de mejoras tendientes a beneficiar más aún a los afiliados.

En este sentido, entre otros aspectos, se señala que es prioritario reducir la actual concentración de mercado, impulsada por una inadecuada regulación. Para ello se recomienda:

• **Asignar las afiliaciones de oficio de acuerdo a la Rentabilidad Neta** (rentabilidad neta de Comisiones) y no sólo de acuerdo a la Comisión de administración.

• **Informar al afiliado** que se traspasa de Administradora, o al que cae de oficio, la Rentabilidad Neta de las cuatro AFAP del mercado.
Asimismo, se apunta a la necesaria **diversificación de la oferta a la hora de la etapa de retiro** (y no sólo contar con la renta vitalicia del BSE).
Igualmente, se entiende que se debe perfeccionar y promover el sistema de **Aportes Voluntarios** y crear un **tercer Fondo** voluntario ("Subfondo crecimiento") para los más jóvenes.

A efectos de generar un mayor conocimiento del funcionamiento del sistema, entendemos necesario continuar con las actividades de **educación financiera** para niños y jóvenes promovidas por el Banco Central del Uruguay, en las cuales las AFAP tienen una activa participación en los juegos relacionados con el ahorro previsional.
Por último, y relacionado con estas acciones de educación financiera, en UniónCapital hemos diseñado una serie de videos donde se explica en forma sencilla distintos aspectos del funcionamiento del sistema previsional:

• ¿Qué hacen las AFAP?
• ¿En qué invierten las AFAP?
• Seguridad de tus ahorros en UniónCapital.
• Haber sucesorio.
• ¿Cómo leer el Estado de Cuenta?

Todos estos videos, junto con otros de distintas campañas, se encuentran en el canal de YouTube de UniónCapital

UniónCapital AFAP

Libros Recomendados

"La Oficina del Futuro y Otros Cuentos"

De Carlos R. Serra

"La oficina del futuro y otros cuentos" es el primer libro de cuentos de Carlos R. Serra. Como el mismo nombre lo indica, la mayoría de estos cuentos suceden en historias de oficina donde la mayoría de nosotros nos veremos identificados, pero con finales muy ocurrentes, irónicos, divertidos, disparatados y hasta rozando la magia.

1- Ha llamado para hablar con un ser humano y solo recibe muchas opciones automatizadas. 2- Espera solucionar un trámite URGENTE que inició hace tiempo.
3- Intenta conectarse por Internet a una oficina ya que le dijeron que es más rápido. 4- Necesita explicar que esa multa no le corresponde. 5- Desea hacerle un regalo a alguien que aprecia. 6- Piensa que el mundo de las Redes Sociales a veces genera tanta soledad como cuando se escribían cartas y postales. 7- Quiere: enviar un whatsapp, iniciar un régimen para adelgazar, encontrar un buen lugar para vivir o disfrutar un caramelo.

"los uruguayos"

¿Solidaridad o Hipocresía?

De José Lastman Lastman

Leí este libro que es diferente a todos y su lectura me resultó llena de fuerza.

Se trata de la autobiografía de un ciudadano medio, como todos, contada con una rara sinceridad y mucha modestia.
El autor no magnifica, no hace literatura como no sea su empeño de dar lo sucedido y sentido auténticamente...

La falta de originalidad del estilo como notarial se transforma entonces en un buen efecto para que el lector se involucre en una vida distinta que dramatiza con la mayor naturalidad sobre el hecho de provenir de una familia de inmigrantes...
El caso migratorio...pertenece a la familia de los mareos...que podría llamarse mareo de tierra...perdida.
Ese es el rasgo literario que le da valor a este texto de buena literatura.

Un mundo de oportunidades
para invertir.

Construyamoslo a nuestra medida...

URUGUAY: 19 de Abril 235 I C.P. 70100 I CARMELO
Telefax (00598) 4542 3451 I 099 542 674
info@gabrielconde.com | igconde@adinet.com.uy
ARGENTINA: Tucumán 540, piso 11 Oficina "E" Buenos Aires, Capital Federal | Tel. (0054 11) 4 328 8772
Cel. 15 6 919 9496 | info-buenosaires@gabrielconde.com.ar

www.gabrielconde.com

GABRIEL CONDE
propiedades exclusivas & desarrollos inmobiliarios

CIC CIU

Empresas… ¿Públicas?

Cr. Carlos Saccone
Senior Investment Advisor - HSBC Premier

Cuán frecuentemente escuchamos slogans como "La empresa de los uruguayos", "la empresa de todos", "Tu compañía". Al presenciar estos anuncios es válido preguntarse: si son "nuestras" ¿porque es que carecemos tanto de voz como de voto para sus decisiones y estrategia? ¿Por qué soy un simple "tomador de precios"? ¿Por qué no cobramos dividendos? Veremos a continuación las diferencias que existen entre las empresas que deciden volverse públicas de EEUU y las empresas llamadas públicas en Uruguay. Con algunos claros beneficios en aquellas sobre éstas.

En Uruguay, entendemos a las empresas públicas a aquellas gobernadas por el estado Uruguayo, habitualmente con el monopolio de la actividad en la que están involucradas, con la excepción del Banco de Seguros del Estado.

El gobierno de las empresas públicas ha sido analizado en detalle en el documento de trabajo encargado por la Academia Nacional de Economía y Pharos al Centro de Economía del IEEM a cargo de Ignacio Munyo y Pablo Regent.[1]. En el mismo concluye que "*la evidencia empírica presentada sugiere que la falta de claridad en el ejercicio de la propiedad de las empresas del Estado tiene impacto negativo sobre la eficiencia de su gestión. Ante estos resultados, una alternativa de acción promisoria puede hallarse en no entrometerse con el estatus de propiedad de las empresas estatales pero a su vez trasladar a una entidad independiente todos los derechos inherentes a la propiedad con la excepción de la venta…*" [2]

Sin dudas que son un sector clave de nuestro país y su economía. De acuerdo a una investigación realizada por Rosario Domingo y Leandro Zipitría[3] …. "*en el caso de la economía uruguaya…los precios que se pagan por los servicios que prestan estas empresas tienen incidencia en el 12 % del IPC, los gastos en que incurren representan un 10 % del PBI, y algunas de ellas han sido históricamente fuente de ingresos para el gobierno central*"

El documento considera indistintamente el término "público" del de "propiedad del estado" o estatal. Como veremos a continuación, no es en todos los países que se trata al término de la misma forma, con consecuencias que, a nuestro entender, resultan relevantes.

En los EEUU las compañías privadas nacen con el objetivo de crecer. Y crecen todo lo que pueden. Algunas quedan por el camino (se funden luego de años de perder dinero por inviabilidad del negocio), otras sobreviven pero dejan de crecer por determinadas circunstancias. Las menos, llegan a buscar inversores en la Bolsa de Valores. Así, los accionistas originales pierden parte del control, dado que se diluye la propiedad accionaria, a cambio de darle la oportunidad a la corporación de seguir creciendo. De esta forma las empresas aumentan sus negocios, aumentan sus ventas, aumentan la cantidad de empleados y aumenta en definitiva, el beneficio para la sociedad en su conjunto al continuar aumentando la generación valor.

En el país del norte cuando una empresa llega a la instancia de captar accionistas para obtener recursos identifica este momento como "**VOLVERSE PÚBLICA**" (**to go public**). O sea que se asocia el acudir al mercado con que la compañía se convierta en "pública". Absolutamente razonable. A través de este proceso una empresa privada se convierte en pública. Antes la empresa era propiedad exclusiva de 3 o 4 personas. Ahora miles de personas podrán comprar sus acciones libremente. De la misma forma se verán beneficiados si la empresa le va bien y paga dividendos o perjudicados si le va mal. Tendrán derecho a voto en las asambleas de accionistas, evaluando la estrategia de la compañía, podrán remover un director si surgen las mayorías necesarias, entre otros aspectos. De esta forma la empresa es "pública" porque es propiedad de muchas personas y muchas otras personas pueden entrar o salir del capital de la empresa comprando y vendiendo sus acciones (título que tiene la función legal de representar la propiedad).

La empresa pública de los EEUU entonces sabe, o sea sus gerentes y directores saben, que estarán bajo el escrutinio permanente de sus propietarios. Centenares o miles de personas, que pueden acudir a una reunión a través de representantes y simplemente removerlos de sus cargos o decidir que la empresa debe modificar radicalmente su estrategia, o ser vendida, por ejemplo.

Son claras entonces las diferencias entre el concepto de "público en Uruguay" y "público en EEUU". En Uruguay "público" quiere decir pro-

1 - "Empresas del Estado y Eficiencia: la relevancia del ejercicio de la propiedad"
2 - VII Conclusión. Pagina 50. Munyo & Regent.
3 - Marco Regulatorio y Empresas Públicas en Uruguay. Faculta de Ciencias Sociales. Diciembre 2014. Departamento de Economía. Facultad de Ciencias Sociales. UdelaR.

piedad y gobierno del estado, mientras que por ejemplo en EEUU, público, quiere decir cualquier persona puede ejercer la propiedad, directamente.

Por lo expuesto, el lector notará que es un sistema eficiente en el cual existe un conjunto de beneficios emergentes, que detallamos a continuación:

1) Empresa con deseos de crecimiento se financian **sin endeudarse**. Fundamental, la acción no es una obligación, sino que es un derecho. La empresa no compromete así su futuro en caso que le vaya mal, sino que otorga el derecho a participar de sus beneficios cuando le vaya bien. En tanto existan participantes del mercado con apetito por financiar estas operaciones, para la empresa es mejor que exista la posibilidad de la combinación de este financiamiento.

2) El público realmente puede ejercer un contralor sobre la actividad de la empresa. Tanto por lo que hace como por lo que deja de hacer. Puede exigir cambios, demandar resultados y como vimos, hasta remover directores.

3) Ofrecen alternativas de ahorro de largo plazo a los habitantes de su país. Visto desde una perspectiva se financia el crecimiento. Visto desde la otra perspectiva, la del inversor, lo que se hace es darle a la gente una alternativa de ahorro de largo plazo de forma de poder colocar en algo más que un triste plazo fijo.

4) Se obliga a una mayor transparencia. Las exigencias de las Bolsas de Valores en los países desarrollados cumplen estándares muy altos en cuanto a por ejemplo publicación de resultados, hechos relevantes, operaciones de "insiders", etc. Esto da garantías al inversor, aquel que financia el crecimiento.

En Uruguay existe una importante deuda con el desarrollo y parte de ella se subsanaría promoviendo con mayor potencia la actividad del mercado de valores. Desafortunadamente son muy pocas las empresas que tienen cotización en nuestra Bolsa de Valores.

Pensamos que esto se debe a dos factores. El primero de ellos es la educación financiera. No existe cultura de inversiones financieras y sus beneficios asociados en nuestro país, no hay información y el tema se trata como algo muy distante en nuestras Universidades y posgrados. Afortunadamente, (y para aplaudir de pie), el Banco Central del Uruguay ha comenzado con iniciativas de educación financiera inclusive desde la escuela[4]. Sin dudas es el camino. Creemos que es una iniciativa que apuesta al largo plazo y que inteligentemente recurre a las personas en sus primeros años de vida. La segunda razón es que no hay empresas referentes de gran porte que coticen en la Bolsa. Esto se debe a que no hay empresas de gran porte en el Uruguay. Salvo las "públicas". Con la liquidez que existe en la actualidad no nos cabe la menor duda que una salida a la Bolsa abriendo el capital, en lugar de emitir fideicomisos u Obligaciones sería un éxito sin precedentes en nuestro mercado, además de todos los beneficios previamente mencionados.
Si se consolidara el camino de la educación financiera y simultáneamente las empresas "públicas" uruguayas decidieran acudir al mercado para financiar su crecimiento emitiendo acciones no me queda la menor duda que varias empresas privadas más seguirían este camino. Y así, en lugar de pedir créditos y obligarse legalmente a un repago, podrían crecer con una promesa de distribución de beneficios.
Naturalmente para que se dé un proceso así debe existir la llamada "voluntad política".
Existen, como en todos los ámbitos de la vida en el cual se anhelan cambios, obstáculos para comenzar un proceso así que, efectivamente, consiste en la privatización parcial de nuestras empresas públicas, que volvería mucho más eficiente y desarrollado a nuestro país. Por supuesto que, por ejemplo y entre otros aspectos, las empresas públicas no podrían seguir siendo una variable de ajuste de la inflación en última instancia. Los cambios propuestos exigen un cambio en la forma de pensar, para que no sea verdad el título de aquel libro que decía que "**El subdesarrollo está en la mente**".

APLICACIONES

TECNOLOGÍA Y REGLAS IGUALITARIAS.

Los avances de las aplicaciones informáticas inmobiliarias se desarrollan constantemente, y es necesario defender la legalidad y los controles. Requisitos y aportes, que los miembros de la **Cámara Inmobiliaria Uruguaya** cumplen rigurosa y responsablemente.

Para sus operaciones inmobiliarias, confíe siempre en quienes tienen condiciones formales.

CIU
CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

www.ciu.org.uy

CÁMARA INMOBILIARIA DE ROCHA
CIS
CIC
TCIR
CIS
CENTRO DE INMOBILIARIAS DE PIRIÁPOLIS

FIDECIU

GARANTÍA DE ALQUILER

¿BUSCÁS ALQUILAR RÁPIDAMENTE?

Ahora tenés una Garantía Propia, para facilitar tus alquileres.

CIU CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

comag

www.fideciu.uy - Tel.: 2909 1111 - garantia@fideciu.uy - /fideciu garantia de alquiler