

Empresas Ahorro
Inconstitucionalidad Salarios Crédito
Ley Transacciones Sociedad
Vivienda IVA Efectivo
Estado fondos Mercado
Costos Compras Tarjetas Alquileres
Derechos Compraventas Honorarios
Inmuebles Bancos Constitución
Administraciones Gobierno
Seguridad Debito
Economía Medios de pago
Servicios financieros

SECTOR INMOBILIARIO: ¿INCLUSIÓN O EXCLUSIÓN FINANCIERA?

Pedro Bordaberry:

Propuestas para fomentar el turismo y la inversión

Gabriel Conde

asumió la presidencia:

"Nuestro compromiso es claro. Vamos a trabajar y trabajar por la CIU"

CNCS presentaría recurso de apelación a Ley de Inclusión

A black and white photograph of a bird, possibly a frigatebird, in flight over a beach. The bird is on the left side of the frame, with its wings spread, flying towards the right. The background shows a sandy beach in the foreground and the ocean with waves in the distance. The sky is blue with some clouds.

UN INMUEBLE CON EL PRECIO JUSTO

En los cursos sobre tasaciones que periódicamente, y con los mejores docentes de la región, dicta el Instituto de Capacitación Inmobiliario Uruguayo, los antecedentes y las variables por las que un bien cuesta "tanto", son motivo de estudio y análisis. Llegar al precio correcto, es un desvelo por el que permanentemente se profesionalizan nuestros operadores inmobiliarios asociados.

Para que a tu propiedad, jamás la tases... a vuelo de pájaro.



www.ciu.org.uy

CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA

SUMARIO

- 2 Destacados
- 4 Editorial
- 6 Nota central. Ley de Inclusión Financiera
- 13 Noticia del sector
- 14 Pedro Bordaberry. Propuestas para el turismo
- 18 Luis Lacalle Pou. Asentamiento Cero.
- 20 RSE CIU: Campaña del abrigo 2014
- 22 Asumieron las nuevas autoridades de la CIU
- 26 Compras en España. Por José Luis Pérez Collazo
- 28 Una caja subsidiada vaya a saber por qué.
Anibal Duran Hontou (APPCU)
- 30 Nociones preliminares al proyecto de ley sobre el
trabajador nocturno. CNCS
- 34 Bonos uruguayos. Cr. Carlos Saccone. HSBC
- 38 Lucía Topolansky. "Francisco Encarnación Benítez"
- 40 Cantando bajo la lluvia. Por Diego Borges
- 44 Desmenuzando la felicidad. Por Samuel Borensztein
- 47 Noticia del sector
- 48 Marca prestigiosa. Por Alfredo Tortorella
- 56 Una "foto" de mi empresa. Por Leandro Mestre
- 58 Fitzgerald Cantero Piali. "Sabremos cumplir"



CÁMARA 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:

Juan F. Bistiancic
Esc. Graciela Bonomi
Alejandro Foti
Eduardo Gutiérrez Larre
Ramón Villeneuve

COMISIÓN FISCAL

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

Av Uruguay 820, CP 11100

2901 0485

2902 8266

ciu@ciu.org.uy

www.ciu.org.uy

STAFF

Los artículos firmados son de
entera responsabilidad del autor.

Imp. en El País, D.L. No. 331 068

Dirección: Cámara Inmobiliaria Uruguaya

Redactor responsable: Fernando Vilar

Realización: V&B Comunicación

info@vybcomunicacioninteligente.com

www.vybcomunicacioninteligente.com

Asesor en comunicación: Lic. Ramón Borges

Diseño y diagramación: Lic. Federico Boix

DESTACADOS

7 IGNACIO DE POSADAS:

"No era necesaria la inclusión forzosa para dar los beneficios que pretende la Ley"

20 CAMPAÑA ABRIGO

CIU colaboró con el Piñeyro del Campo

8 "LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA ES INCONSTITUCIONAL"

CNCS

22 GABRIEL CONDE FUE REELECTO PRESIDENTE DE LA CIU POR EL PERÍODO 2014/17

14 PEDRO BORDABERRY

"Proponemos crear un área de Desarrollo Inmobiliario"

28 ANIBAL DURÁN APPCU

"El injusto gravamen de la CJP a la construcción, del 4% sobre la mano de obra empleada, alienta la clandestinidad"

18 LUIS LACALLE POU

"En diez años no habría más asentamientos"

38 LUCÍA TOPOLANSKY

"El Instituto de Colonización se llamaría Francisco Encarnación Benítez"



Aprovechá las herramientas que ofrece gallito.com para que vender tu casa sea mucho más fácil

BARRA DE CARRASCO. Liv. com. c/estufa. Escritorio. 2 dorm. Playroom. Servicio. Parrillero techado. Garage. U\$S 235.000. Excelente ubicación - www.gallito.com/1234567

Dirección web en tu aviso impreso



Una galería completa



97%
más de posibilidades

Los avisos con fotos y dirección web impresa en el papel se visualizan un 97% más que los avisos que no las tienen.

Por más información comunicate al 2908 99 99 int. 386



BARAJAR Y DAR DE NUEVO



Gabriel Conde
Presidente CIU 2014 - 2017

El mercado inmobiliario está herido, lamentablemente, increíblemente, estamos empezando a atravesar un período de estancamiento. Si nos retrotraemos a un par de años atrás, nada más que un par de años, esto que parecía casi imposible, es ahora una realidad tangible en nuestro país.

Sería muy fácil, muy cómodo y muy autocomplaciente simplemente echarle las culpas a nuestros países vecinos, a la economía regional o mundial. Pero lo cierto es que más allá de su incidencia, que por cierto es real, nuestro talón de Aquiles lo hemos construido nosotros mismos.

Increíble, pero cierto. Pareciera que hemos abandonado la sensatez que nos ha caracterizado, y que históricamente hemos ostentado para resolver nuestros problemas. La sobre carga de medidas y regulaciones, los cambios en las reglas de juego y por ende en la seguridad jurídica, que desde un tiempo a esta parte hemos adoptado, están dejando al desnudo una realidad que parece ineludible, estamos en un rincón del mundo y nadie va a venir a buscarnos.

Parece que hubiéramos perdido nuestra brújula, y que ya nuestro norte no es tan claro. El punto de inflexión, que el más elemental sentido común indica, es que no podemos poner en riesgo la estabilidad económica que tan duramente habíamos logrado, tanto como el bienestar y el futuro de los uruguayos.

Hoy esto es lo que está en juego, las medidas que el gobierno ha tomado no son neutras. El tratado de información tributaria con Argentina, no es neutro; la eliminación del sistema de Sociedades Anónimas, no es neutro; la Ley de Ordenamiento Territorial, no es neutra; los durísimos y estrictos controles del sistema financiero, no son neutros y por último la gota que derrama el vaso, la Ley de Inclusión Financiera.

Nunca hemos sostenido ni lo hacemos ahora, de que algunas de estas medidas no tengan aspectos positivos, de lo que estamos hablando es de que el gobierno de nuestro país hace oídos sordos a los aspectos que claramente son negativos, y es aquí donde radican nuestras discrepancias.

Parece que el gobierno se hubiera olvidado que hay dos lados del mostrador, que nadie tiene la razón absoluta, que la verdad depende del punto de vista de donde se parta.

Nuestro clamor ya no es por el sector inmobiliario, sino por la economía de nuestro país, ya no es nuestra Cámara la que pide, observa y reclama, son muchas cámaras de diversos sectores.

Lo más caro de las crisis, más allá de lo económico, es el tiempo. El tiempo que no vuelve atrás, es la vida de las personas, el bienestar de las familias y el desa-

rollo del país, eso es lo que dejamos por el camino. Es hora de que dejemos de ver y echarnos las culpas por la última crisis, y empecemos a ver cómo vamos a sobrellevar nuestro presente que está complicado y nuestro futuro que por ahora se avizora incierto.

La anterior ya no la podemos cambiar, podremos estudiarla, explicarla, comprenderla, pero ya no tiene remedio, eso ya no está a nuestro alcance cambiarlo. Lo que si podemos hacer como sociedad y como país, es cambiar nuestro presente para recuperar un futuro mejor.

A nadie le debería gustar tener la razón por tenerla, a nosotros tampoco. Cuando advertimos que la inversión de extranjeros en el sector inmobiliario de nuestro país se iba a retraer producto de las medidas de nuestro gobierno, nada nos hubiera gustado más que estar equivocados y hoy no estaríamos escribiendo esto, ni tampoco estaríamos tan preocupados.

Lamentablemente los resultados fueron los que pensábamos y hoy dichas inversiones se han reducido a la mitad en el último año, según datos oficiales de la ANV. Por eso pensamos que es hora, y tal vez no tengamos mucho tiempo, de barajar y dar de nuevo. Todavía quizás estemos a tiempo de dejar las visiones parciales, de evitar las tensiones de unos contra otros, de ver un panorama con una visión más amplia de los problemas. Porque si seguimos con esta visión del conflicto de intereses en la economía, si seguimos con esta política del ojo por ojo, lo único que vamos a lograr es quedarnos todos ciegos.

Gabriel Conde.

PRESENTARÍAN RECURSO CONTRA LA LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA

La Cámara de Comercio entiende que es inconstitucional

Acaba de entrar en vigencia la Ley de Inclusión Financiera, más conocida como Ley de Bancarización. En nuestro número anterior, hizo referencia a ella el Dr. Leandro Mestre de "MFL Abogados".

Una rápida lectura de su contenido permite advertir que regula varias cosas muy claras y otras no tanto.

Por ejemplo, quita del mercado de transferencias inmobiliarias dinero en efectivo en pretexto de mejorar la seguridad de las transacciones. De ahora en más, para esos negocios se utilizará el llamado "dinero electrónico". La ley establece además, según el artículo del Dr. Mestre, qué empresas lo podrán otorgar y cuáles no. Indica cómo se pagarán, a partir de los próximos meses, los salarios de los trabajadores, crea el Programa de Ahorro Joven para Vivienda, y prevé la baja de dos puntos de IVA para determinadas operaciones inmobiliarias.

Sin embargo -como sucede siempre- se encuentran puntos en los que hay serias discrepancias. Por ejemplo, hay grupos de empresarios que analizan interponer recursos contra esta ley. Hay además quienes sostienen que varias instituciones financieras desaparecerán de plaza. Por eso lo del título de tapa. Ahora bien, para tener un panorama más o menos amplio del escenario en el que se moverá el nuevo cuerpo normativo, consultamos al economista Martín Vallcorba, que es asesor del ministerio de Economía y Finanzas en el área de la macroeconomía, al presidente de la Cámara Nacional de Comercio, el economista Carlos Perera y al especialista en economía, Dr. Ignacio de Posadas. A los tres les planteamos las mismas interrogantes.



IGNACIO DE POSADAS

"Controla la actividad económica de la población"

El ex ministro de Economía del gobierno del Partido Nacional, Ignacio de Posadas, fue muy crítico con la ley: *"La llamada Ley de Inclusión Financiera apunta fundamentalmente a ampliar el contralor estatal sobre la actividad económica de la sociedad, al restringir o eliminar los pagos en efectivo."* Señaló luego que: *"lo que aduce el gobierno no es seguridad, sino supuestos beneficios para quienes hoy no tendrían acceso a la bancarización. De hecho, señaló, al obligar en vez de permitir y al hacerlo extensivo prácticamente a todos los agentes económicos, quedan en evidencia los verdaderos motivos."*

Le consultamos luego sobre si la instrumentación de la ley, dejará fuera del circuito comercial a algunas empresas vinculadas a la operativa financiera, a lo que el especialista respondió: *"Creo que se van a encontrar, como les ha sucedido varias veces, que a la hora de reglamentar la ley, la realidad se les va a retobar."* Como ya indicáramos, la ley crea lo que denomina como "Programa de Ahorro Joven para Vivienda". Le consultamos si esto dinamizará el sector y si solucionará el problema del acceso a la vivienda de esa franja de la sociedad. El ex ministro dijo: *"No lo sé. Sí sé que no era necesaria la inclusión forzosa"*

para dar este o cualquier otro de los beneficios que pretende la ley.” Por último, De Posadas se refirió a la conveniencia o no de la rebaja de dos puntos de IVA que establece para algunas transacciones inmobiliarias: “Es otro elemento que edulcora la finalidad última de la norma. Podría haberse otorgado sin ella,” finalizó diciendo el Dr. De Posadas.

CARLOS PERERA

“La ley afecta derechos constitucionales”

El presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios dijo a revista CIUdades que: “En la exposición de motivos encontramos que se encuentra bien inspirada. Sin embargo el texto legal extralimita los motivos invocados, y además de las dificultades prácticas que plantea, afecta derechos constitucionales que el Estado debería preservar, entre ellos destacamos el derecho de propiedad, el de intimidad, y el de libre empresa, entre otros.”

Es por ello que ya hace tiempo el presidente de la Cámara de Comercio había adelantado la idea de plantear un recurso de inconstitucionalidad contra esa ley. En otro orden y como se sabe, el Gobierno ha manifestado que se trata de una norma que aspira a universalizar los pagos por medios electrónicos y facilitar el acceso de toda la población a un paquete básico de servicios financieros. En cuanto a esto, Perera dijo: “la Cámara entiende que además de afectar derechos establece obligaciones a las cuales difícilmente pueda acceder toda la población. Pensemos por ejemplo en los pueblos del interior del país, donde está el comercio de barrio, el almacén con libreta, también los trabajadores dependientes jornaleros, como conciliar el propósito del proyecto con la necesidad de los usuarios. Nos parece que se dificultará el acceso a los medios electrónicos, por lo menos en la primera etapa, además los costos que



deberán asumir los pequeños y medianos empresarios por la implementación de lo dispuesto por esta nueva ley. Pero además el Estado accederá a una cantidad de información sensible de los ciudadanos, vulnerando sus derechos y no sabremos si al final del día será pasible de inspección.”

Fue consultado luego en torno al argumento del gobierno sobre que mejora la seguridad de las transacciones, a lo que el jerarca de la Cámara de Comercio dijo: “Depende, ya que la extracción de dinero a través de cajeros también implica riesgos. Puede ser que mejore la seguridad de algunas transacciones, cuando son importantes económicamente, pero también entendemos que pueden afectarse algunas inversiones. Cada vez tenemos más trabas para comerciar y negociar. Además, se afectará decididamente la utilización de los cheques como medio de pago, ya que quedará casi eliminada la posibilidad del descuento de cheques y de esta manera se afectará una importante modalidad de crédito que tiene fuerte arraigo en nuestro país, cortándose la cadena de pagos. En este sentido nos preocupa el posible cierre de empresas de factoring.”

Varias empresas serán afectadas

Carlos Perera dijo que con esta ley, se encarecerá notoriamente el crédito al señalar: “Nosotros como gremial hemos estado muy atentos y acompañando a varias gremiales, y en esa línea, por ejemplo, a las

cooperativas, a las entidades financieras y a diferentes bancos. Efectivamente varias de ellas se verán afectadas al disminuirse las posibilidades de los préstamos por nómina con retención salarial. De esta forma, el acceso al crédito será con tasas notoriamente más onerosas, encareciendo el crédito en general y más que el crédito, el financiamiento de necesidades básicas de buena parte de la población.”

Como señaláramos antes, esta ley crea el Programa de Ahorro Joven para Vivienda. Nuestro entrevistado mostró preocupación con su instrumentación al indicar: “Estas medidas tienen una buena inspiración ya que pretenden dar cumplimiento al art. 45 de la Constitución por el cual se reconoce que todo habitante tiene derecho a gozar de vivienda decorosa. De acuerdo con la ley, trabajadores que tengan entre 18 y 29 años podrán participar del programa de ahorro y recibir un subsidio. Sin embargo, nos preocupa de qué manera se financian estos programas con cargo a un gasto público estatal que continúa creciendo día a día.”

Bajar dos puntos de iva es algo tímido

Carlos Perera fue consultado luego por la baja de dos puntos de IVA que prevé la ley para determinadas operaciones: “Es buena. No obstante, nos parece que se trata de una solución o camino intermedio que resulta muy tímida. No se cumplió la promesa de reducción de IVA generalizado realizada por el gobierno. Si bien la reducción resulta positiva, nos preocupa que en virtud de los medios o instrumentos necesarios para efectivizarla, la misma no se aplique a todos los ciudadanos. Creemos que los años acumulados de crecimiento económico deberían permitirle al gobierno una solución más amplia que contemple a todos y no solamente a aquellos que utilicen determinados medios de pago,” terminó diciendo Carlos Perera.

Como dijimos en el acápite de esta nota, también

le trasladamos las 5 preguntas al asesor en política macroeconómica del MEF el economista Martín Vallcorba. El jerarca no nos respondió pero en cambio concurrió en vivo a los estudios del Centro Monte Carlo de Noticias y al set de El Observador TV. De allí extractamos algunos conceptos que compartimos con ustedes.

MARTÍN VALLCORBA

El asesor ministerial descartó que: “la Ley en cuestión sea un “gran hermano” electrónico en el que el Estado recibe información detallada de los ciudadanos.”

Señaló además que: “los únicos que deberían estar preocupados serían los comercios informales porque ahora deberán registrar todas las ventas para rebajar el IVA y aportar.”

Indicó además que: “le llama la atención que quienes piden luchar contra la informalidad, critiquen una ley que persigue precisamente eso.”

LA CÁMARA INMOBILIARIA Y LA LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya organizó una conferencia con la participación de expertos para intentar evacuar una serie de dudas que plantea la entrada en vigencia de la llamada Ley de Inclusión Financiera. Participaron de ella el Dr. Alberto Puppo y la Cra. Tania Robaina. Tenemos que hacer la salvedad de que en el momento en que se realizó la conferencia el Poder Ejecutivo aún no había reglamentado dicha ley. Sin embargo y sorpresivamente el propio

ministerio de Economía llamó a una conferencia de prensa el día miércoles para brindar detalles de dicha reglamentación vinculada a la rebaja del IVA que comenzó ya a regir. Pero ello estaba en desconocimiento de los disertantes al momento de la realización de esta conferencia. El presidente de la Cámara Gabriel Conde dio la bienvenida a los presentes que llenaron los salones de la Cámara de Comercio y cedió la palabra al Dr. Puppo. Este fue muy breve porque quien comenzaría la exposición era la Cra. Robaina, sin embargo ya arriesgó algunas opiniones.

DR. ALBERTO PUPPO:

“Una ley con muchas dudas”

Como aún no se conocía la reglamentación de la ley, el Dr. Puppo dijo que la mayoría de las preguntas que todos se hacían carecían de respuesta. Sin embargo hizo un par de consideraciones. Por ejemplo dijo que la ley tiene desde ya algo grave para la actividad inmobiliaria: *“En la actividad inmobiliaria ya hay plazos establecidos, donde nos hacen tener determinadas acciones, pero esas acciones son indefinidas todavía, porque hay cosas que no están resueltas.”*

Indicó después que: *“El propósito de la ley es establecer el acceso a la actividad bancaria y comercial, para aquellos que no tienen recursos, pero en el medio, para forzar esta situación, se lleva por delante actividades que están funcionando, y que le introduce cambios tan drásticos que uno duda si van a poder continuar.”*

CRA. TANIA ROBAINA

“Hay más dudas que certezas”

La Cra. comenzó su alocución indicando que: *“lo que busca la ley es establecer e imponer las tarje-*



Cra. Tania Robaina y Dr. Alberto Puppo

tas de débito y crédito y las trasferencias electrónicas de dinero. Tienen la característica de pleno efecto cancelatorio, y permiten acceder a la rebaja del IVA a quienes lo utilicen. El dinero electrónico es un instrumento que representa un valor monetario exigible a su emisor, y va a estar almacenado en un chip.”

Señaló luego que: *“Podrán emitir dinero electrónico instituciones de intermediación financiera (bancos) y las instituciones emisoras de dinero electrónico, (que serán creadas por esta norma más adelante). Estas instituciones que van a emitir dinero electrónico, no van a tener cuentas por sí, sino que las van a tener las instituciones de intermediación financiera. Lo que van a hacer las emisoras de dinero electrónico es emitir los instrumentos de medios de pago, reconvertirlos a efectivo, hacer las trasferencias, pagos o débitos automáticos que va a ser la modalidad de cobros y pagos, pero no puede captar depósitos, ni otorgar créditos, ni actuar como intermediaria financiera.”*

Luego indicó qué pagos realizarán estas instituciones emisoras de dinero electrónico y reseñó las remuneraciones, los honorarios profesionales, los servicios

personales. Indicó que en estos casos la ley hace la diferenciación entre profesional y no profesional. Estas instituciones también abonarán pasividades, beneficios sociales, asignaciones familiares, pagos por accidentes de trabajo, etc. También los arrendamientos, los tributos nacionales, compraventas, etc. etc. y obviamente la baja del IVA que ya rige desde el pasado primero de agosto y que -reiteramos- en el momento de realizada la conferencia no se había reglamentado. Acotemos nosotros que el miércoles 30 cuando el ministerio de Economía dio detalles de la reglamentación de la ley, en realidad fue solo del renglón vinculado al IVA. Allí se informó que las rebajas de ese tributo será de dos, tres y cuatro puntos según el medio de pago utilizado, según el monto a pagar y según el objeto de pago.

GABRIEL CONDE

“Gran preocupación del sector inmobiliario por Ley de Inclusión Financiera”

En tanto el presidente de la CIU, Gabriel Conde, explicó la preocupación que existe en el sector por la aprobación de esta ley, la cual afectará no solo al sector, si no a la economía del país: *“El sector está muy preocupado, es una ley bastante compleja que trae aparejada varias trabas para el sector inmobiliario y para la economía en general. Más que nada porque cambia usos y costumbres de toda la vida.”*

Conde dijo además que la Ley afectaría la inversión extranjera en compraventa de inmuebles: *“Es una traba más al inversor extranjero en cuanto a la compraventa de inmuebles, ya que lo obliga a abrir una cuenta en un banco de Uruguay para primero recibir sus fondos en su cuenta, para después poder hacer la compra del inmueble, cuando usualmente ese dinero ingresa directamente el giro a la cuenta del*



Pte. Gabriel Conde

vendedor o a la del escribano de su confianza para que después libre los pagos.”

Luego agregó: *“Hay muchas trabas administrativas también: desarrollo de software en las empresas, y desarrollo de más recursos humanos para adecuarse a esta ley, lo cual implica también una suma de costos.”*

Desde la Cámara Inmobiliaria Uruguaya se presentó un informe con las discrepancias con la intención de rediscutir algunos puntos, pero no tuvieron éxito: *“Presentamos un informe con varias sugerencias antes de que se aprobara la ley, pero lamentablemente tuvimos muy poca cintura de negociación. Si bien fuimos escuchados, nos dijeron que la ley iba a salir como estaba, que podíamos presentar recursos ahora cuando se reglamente la ley, lo cual hicimos, pero de esos 20 puntos que presentamos en su momento antes que se aprobara la ley, por reglamentación, sólo se pueden cambiar entre 5 y 7. Por lo tanto, estamos a la espera de una nueva entrevista para debatir, intercambiar ideas, y consensuar esos siete puntos que podemos cambiar en la reglamentación.”*

PRESENTACIÓN CAMPAÑA LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Paralelamente hace muy pocas horas, el Poder Ejecutivo brindó detalles de la instrumentación de la ley en cuestión y de su reglamentación.

El Ministro interino de Economía y Finanzas, Jorge Polgar, junto a los integrantes de la Asesoría Macroeconómica, Martín Vallcorba y Florencia López, fueron quienes brindaron los detalles de la reglamentación.

“Con esto además estamos dando cumplimiento a uno de los compromisos del gobierno de rebaja del IVA que será de 4 puntos con tarjeta de débito y de 2 puntos con tarjeta de crédito, para transacciones realizadas a partir del 1 de agosto”, destacó Polgar.

Vallcorba y López desarrollaron aspectos técnicos de la reglamentación de la Ley de Inclusión Financiera, destacando que la aplicación gradual de las medidas de la ley es un aspecto fundamental para el éxito de proceso.

“Esto se trata de un trabajo colectivo conducido por el Ministerio de Economía, pero que integra otras instituciones tales como el Banco Central, DGI, BPS, ANV, Empresas Públicas, Banco República, BHU, Bancos privados, Cooperativas, ANDA, Redes de pago, Redes de POS, Proveedores de soluciones tecnológicas, emisores de tarjeta y AEBU, entre otros”, destacó Vallcorba.

Quedó claro que desde el primero de agosto comenzó a regir la rebaja de IVA para compras con esos me-

dios de pago que prescinden del dinero en efectivo. La rebaja será diferente según el instrumento elegido. En el caso de tarjetas de débito y dinero electrónico la rebaja es de 4 puntos de IVA entre el 1° de agosto y el 31 de julio de 2015, de 3 puntos de IVA entre el 1° de agosto de 2015 y el 31 de julio de 2016 y de 2 puntos de IVA del 1° de agosto de 2016 en adelante.

Los débitos de cuenta bancaria, pagos a través de cajeros, celulares e internet, así como el pago de facturas (cualquiera sea el instrumento elegido, salvo el efectivo) tendrán una rebaja de dos puntos de IVA desde el 1° de agosto en adelante.

Para las tarjetas de crédito, la reducción será de 2 puntos de IVA entre el 1° de agosto y el 31 de julio de 2015, de 1 punto de IVA entre el 1° de agosto de 2015 y el 31 de julio de 2016 y sin reducción desde ahí en más. Esto será igual si la compra es contado o crédito.

Posteriormente se realizó la presentación de la campaña de la Ley de Inclusión Financiera en sus diversos formatos: televisivo, radial y gráfico.

Noticia del sector

EEUU: LATINOAMERICANOS IMPULSAN EL MERCADO INMOBILIARIO DE MIAMI

Hasta cerca del 80% del capital inversor en el sector inmobiliaria de Miami procede del bolsillo de inversores y compradores sudamericanos.



El mercado inmobiliario de Miami ha alcanzado ya las cifras que contabilizó en su etapa de mayor auge, antes de la crisis de 2008, con un crecimiento imparable atribuido a los bolsillos de los latinoamericanos, sobre todo argentinos, brasileños, colombianos y venezolanos.

Según las conclusiones de la primera conferencia internacional “Forbes Latam South Florida Real Estate”, celebrada este miércoles en Miami, la demanda de vivienda de calidad no solo en Miami sino en todo el sur de Florida ha pasado de un esperanzador repunte a un rápido despegue.

La “explosión inmobiliaria” que se registra en zonas del sur del estado tiene como epicentro Miami, conocida como la “capital del sol”, donde hasta cerca del 80 % del capital inversor en el sector procede del bolsillo, no necesariamente opulento, de inversores y compradores sudamericanos.

“Argentinos, brasileños, venezolanos y colombianos son los que han revitalizado el mercado de Miami, donde se mantiene todavía asequible el precio de la vivienda de calidad”, aseguró el vicepresidente de ventas de la empresa Fortune International Realty, Andrés Asión.

PEDRO BORDABERRY:

“EL DESARROLLO INMOBILIARIO CON RANGO MINISTERIAL”

El candidato a la presidencia por el partido Colorado, Pedro Bordaberry, presentó una propuesta para fomentar el turismo en nuestro país, apuntando no solo a la temporada estival, sino a una explotación que abarca todo el año, y que implica la implementación de nuevas medidas e instituciones.



Revista CIUdades se comunicó con el candidato para saber más acerca de sus ideas.

¿En qué consiste su propuesta para fomentar el turismo?

Es una propuesta integral, abarcativa y moderna. Crea una nueva institucionalidad quitándole al ministerio de Turismo el área de deportes y concentrándolo en la promoción, planificación y trabajo en una de las principales actividades económicas del país. Lo que presentamos fueron las medidas para los primeros 100 días de gobierno, con trabajo por segmentos, productos y mercados. Se le da forma institucional a la participación público privada, con integración de intendencias, municipios y operadores privados. Son 15 medidas y compromisos concretos para los primeros 100 días de gobierno.

Uno de los caminos para llevar a cabo su plan es la reformulación del ministerio de Turismo, y también la creación de un área de “Desarrollo Inmobiliario”.

¿Por qué y cuál sería la función de estos?

Entendemos que el Desarrollo Inmobiliario está muy vinculado al turismo. Sería casi imposible comprender el desarrollo turístico de Punta del Este, Maldonado, Colonia, y el propio Salto, sin considerar el Desarrollo Inmobiliario. Pero además ese mercado de segundas casas o de alquileres, o de hotelería es parte importante del turismo. De ahí que especializar un ministerio de Turismo también en “Desarrollo Inmobiliario” es apostar a un mercado distinto del acceso a la primera vivienda o a la casa habitación. Entendemos que estas tareas debieran estar dentro del ministerio de Desarrollo Social llevando el inmobiliario que tiene otra lógica, al de turismo

Las propuestas:

El turismo ocupa un papel relevante en el plan del partido Colorado, cuyo norte es mejorar el índice de desarrollo humano mediante una sociedad integrada y educada, una economía próspera y solidaria, un país libre y seguro, e integrado al mundo.

Proponemos separar el ministerio de Turismo de Deportes y agregarle la función de “Desarrollo Inmobiliario”, fortaleciéndolo para que marque el rumbo de la actividad turística, creando condiciones que permitan su pleno desenvolvimiento económico y social. Paralelamente crear un Instituto de Promoción Turística integrado con representantes del sector público y privado, de carácter consultivo, para que se encargue de la planificación, comercialización y promoción de la oferta turística de Uruguay.

También establecer un Observatorio Turístico con carácter técnico, permanente en el tiempo, que lidere la obtención, gestión y difusión de información turística relevante para la toma de decisiones del sector público y privado, orientadas al desarrollo sustentable de Uruguay, y la creación de un Consejo Asesor Privado que sea consultado por el Ministerio de Turismo y Desarrollo Inmobiliario en todos los temas estratégicos.

Proponemos además dejar sin efecto el tratado de intercambio de información con Argentina.

Es importantísimo el rol de las intendencias y municipios. Se los debe integrar en los procesos de desarrollo turístico, información, capacitación, gestión de destino. Hay que fortalecer las direcciones municipales de Turismo en el caso de las ya existentes, y promover su creación donde no existan.

En materia de políticas, la propuesta es diversificar

la oferta turística y abrir nuevos mercados sin conformarnos con los tradicionales, creando mejores condiciones de rentabilidad para las empresas, e impulsar iniciativas de clubes turísticos. También atender la creciente micro segmentación del turismo, la especialización por segmento, la profesionalización de servicios y la generación de marcas fuertes y conocidas.

Proponemos desarrollar un marketing y promoción inteligente, con una inversión proporcionada a los ingresos del sector, y con una distribución de la inversión de acuerdo a parámetros determinados por estudios de mercado, la comercialización estratégica y agresiva, la promoción turística ligada con la comercial cuando haya afinidades, desarrollar una política de cielos abiertos, y garantizar la protección de bienes y personas cuidando ese aspecto vital de un destino turístico para ser elegido por los visitantes.

Además, facilitar y desarrollar el transporte fluvial, terrestre y aéreo apuntando a mejorar cantidad, calidad y costo, desarrollar políticas promocionales que faciliten la llegada de más turistas, identificar los problemas que requieren trabajo constante, más allá de uno o dos períodos de gobierno, trabajar para obtener una mirada única hacia el Turismo desde los diferentes ministerios, concientizando sobre la transversalidad como herramienta de crecimiento y no como herramienta de obstáculo permanente.

Privilegiar los proyectos turísticos que ofrezcan mayores índices de contratación de profesionales uruguayos, creación de empleo de calidad y estable, y atender el desarrollo sustentable del turismo privilegiando el aprovechamiento de los recursos naturales y la protección del medio ambiente que mejore la calidad de vida actual de los individuos sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones.

SOMOS DISTINTOS Y SOMOS IGUALES

En una actividad tan particular como la de los operadores inmobiliarios, es básico buscar día a día la perfección y el conocimiento. Para ser mejores profesionales en cada propuesta y en cada transacción. Los asociados de la **Cámara Inmobiliaria Uruguaya** son distintos, pero también, son iguales entre ellos, cuando su mejor negocio es lo mejor para quien vende y lo mejor para quien compra.



www.ciu.org.uy

CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA

Dr. Luis Lacalle Pou
Movimiento Todos, Partido Nacional

ASENTAMIENTO CERO

“Necesitamos políticas que den poder y oportunidades a las personas”

Hablar de Megainclusión no es un concepto nuevo para nosotros. Nos hemos referido a él en varias oportunidades como la herramienta capaz de conjugar todas las dimensiones de la inclusión social desde lo territorial hasta el aspecto económico, laboral, educativo, cultural, recreativo y sanitario, en base a un trabajo multidisciplinario y con foco en el desarrollo del individuo y su capacidad de auto sustentarse.

En un país de oportunidades queremos políticas sociales integradoras, que estimulen el sentido de superación y de responsabilidad y al mismo tiempo ayuden a los uruguayos que han caído en la marginalidad a reincorporarse plenamente a la cooperación social. Por eso proponemos dentro de nuestra política de Megainclusión un plan “Asentamiento Cero,” que no

sólo apunte a regularizar los asentamientos existentes sino a frenar las dinámicas que los generan.

En el Uruguay de hoy, unas 200.000 personas viven en asentamientos (la cifra puede oscilar entre 170 y 250 mil, según el criterio que se utilice). Solamente dos de cada tres habitantes en asentamientos tienen acceso a agua o electricidad. Quienes tienen saneamiento apenas superan el 10 por ciento. En muchos asentamientos hay problemas graves de inseguridad y se reproduce una cultura que aleja a las personas de la educación y los empleos formales. Eliminar los asentamientos no sólo significaría resolver un problema de acondicionamiento urbano, sino desmontar uno de los principales mecanismos generadores de exclusión y marginalidad.

Nuestro plan de Asentamiento Cero propone crear las condiciones para eliminar los asentamientos en

un plazo de diez años. Esto supone un gran esfuerzo de coordinación entre los servicios estatales, las iniciativas voluntarias y los distintos actores sociales y concentrar acciones de política pública encuadradas en el modelo de Megainclusión que proponemos.

Para alcanzar este objetivo hace falta actuar en varios frentes. En primer lugar debemos bloquear la creación de nuevos asentamientos, eliminando los incentivos que impulsan a formarlos y sustituyéndolos por incentivos que premien a quienes optan por la formalidad. Proponemos actualizar la información disponible sobre la población residente en asentamientos y otras comunidades vulnerables y crear un sistema de respuesta rápida que impida la creación de nuevos asentamientos.

En segundo lugar es necesario regularizar aquellos asentamientos ubicados en zonas viables proveyéndoles de infraestructura y servicios. Sobre lo primero apostamos a recuperar los espacios públicos mediante el mejoramiento y la creación de nuevas plazas de deporte priorizando aquellas que se encuentren en zonas más vulnerables. A la vez utilizar las innumerables instalaciones ociosas con las que cuenta el Estado para que sean usufructuadas con la asistencia de profesores de educación física. Sobre lo segundo apostamos a mejorar en calidad y cantidad a costos accesibles que permitan un mayor grado de formalidad para que todos tengan acceso al agua potable, la luz y el saneamiento.

En este mismo sentido apunta nuestro Plan de otorgamiento de títulos de propiedad, que nos permitirá regularizar las propiedades para quienes hayan ocupado predios en asentamientos considerados viables con anterioridad a marzo de 2015 y cumplan con ciertas condiciones.



Otro paso importante consiste en el realojo de los asentamientos inviables, como aquellos ubicados en zonas insalubres. Aquí proponemos organizar un relevamiento de viviendas y predios existentes que puedan ser utilizadas con ese fin. Se estima que hay en el país unas 50 mil viviendas desocupadas. Una parte importante de ellas (así como un buen número de predios edificables) están en manos del propio Estado. Debemos hacer un buen aprovechamiento de este activo.

Siguiendo esta misma línea proponemos elaborar un plan de salida rápida para familias residentes en asentamientos inviables bajo un Programa de Alquiler Solidario que funcionará a través de convenios de refacción y uso de viviendas (estatales y viviendas desocupadas con deuda), un Programa de Promoción de la Auto-construcción mediante una versión urbana de la exitosa experiencia de MEVIR, que combine la asistencia técnica, la canasta de materiales y el esfuerzo personal y un Programa de Abatimiento de Costos de Construcción de Vivienda Social, que combine estímulos para la utilización de sistemas constructivos no tradicionales (pre-fabricados y mixtos) con exoneraciones impositivas (especialmente IVA y BPS, así como exoneración de tasas aduaneras). Proponemos entonces la reformulación

del Plan Juntos, integrándolo a la lógica institucional de las políticas públicas.

Creemos que el empoderamiento de la comunidad es una alternativa a la cultura de clientelismo asistencial, que genera lazos de dependencia entre los beneficiarios y la burocracia estatal. Nosotros apostamos a una acción pública que movilice la energía de la comunidad.

“Se estima que hay unas 50 mil viviendas desocupadas en el país”

En este sentido apunta el Programa de liderazgo comunitario, mediante el cual se identificaran y promoverán líderes locales que funcionen como articuladores de las políticas públicas en los asentamientos y estén sometidos a una evaluación de desempeño que estará parcialmente en manos de la propia comunidad y parcialmente en manos del Estado.

Nuestro desafío es transformar cada asentamiento en un barrio integrado a la ciudad, estimulando una construcción actitudinal de los propios beneficiarios, de modo que, partiendo de una situación de vulnerabilidad, terminen convirtiéndose en protagonistas de su propia inclusión social, económica y cultural.

Estamos convencidos que necesitamos políticas que den poder y oportunidades a las personas, en lugar de mantenerlas en un estado de dependencia. Por eso entendemos que la buena política social es aquella que, en el plazo más corto posible, se vuelve innecesaria para sus beneficiarios.

CAMPAÑA DEL ABRIGO 2014

Donación al Piñeyro del Campo

En el marco de las acciones de responsabilidad social empresarial, la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, con la colaboración del Banco HSBC, donó 15 rollos de tela polar para la confección de equipos deportivos, y 300 pares de medias para todos los abuelos del Hospital Piñeyro del Campo.

El presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, Gabriel Conde dijo que “Si bien es una idea de la directiva que nace de la Responsabilidad Social Empresarial, también la masa social contribuyó

conjuntamente con la Cámara para poder hacer esta donación”.

En tanto, la directora del Piñeyro, Rosalía Panza, se mostró muy agradecida y destacó: “Necesitábamos ropa, y bueno, ahora con esto ya estamos! Nosotros vamos a sacar mucho más de 300 equipos con toda esa tela”.

Rosalía también explicó cuáles son las principales necesidades del hospital: “Precisamos cambios en



algunos sectores que son estratégicos para nosotros, como la cocina, y como el lavadero, que son fundamentales porque a esas 300 personas, hay que cambiarlas varias veces al día y el lavadero funciona a full con unas máquinas que no están del todo nuevas. Lo mismo sucede con la cocina.

Para finalizar, Rosalía explicó a qué apuntan en la institución: “Lo primero es apostar a la solidaridad, apostamos a que la gente que todavía está activa se acuerde que todos vamos a llegar a la vejez, y que todos vamos a tener necesidades. Quizá acá los que tenemos son los más vulnerables de toda la sociedad porque tienen discapacidades de distintos tipos y tienen una situación social precaria también”.

También se hicieron presentes en la donación la administradora del Piñeyro, Allyson Melgar, y el asesor comercial del Banco HSBC, Fernando Granotich.



Fernando Granotich, Allyson Melgar, Rosalía Panza y Gabriel Conde



Fernando Vergara - Asesor Fiscal
Cr. Santiago Arbiza
Dr. Juan Gargiullo
Dr. Guillermo Saez

NOS ESPECIALIZAMOS EN:

- Sucesiones
- Auditorías en Edificios y Complejos Habitacionales
- Derecho Tributario
- Administración de gastos comunes
- Derecho Civil
- Contabilidad de Empresas
- Contratos en general

“CONSTRUIR UNA CIU FUERTE ES NUESTRA HUMILDE MANERA DE CONSTRUIR UN PAÍS MEJOR”

Gabriel Conde fue reelecto presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya



Integrantes de la flamante Comisión Directiva



El pasado 30 de mayo la Cámara Inmobiliaria Uruguaya eligió sus nuevas autoridades para conducir la institución durante el período 2014 – 2017, las que ya asumieron sus cargos, habiéndose también distribuido los mismos en la primera sesión el miércoles 3 de julio. En el acto de asunción de las autoridades el presidente Gabriel Conde marcó los objetivos a los que apuntará esta Comisión, donde se destaca trabajar aún con mayor esfuerzo hasta poder lograr la consideración y aprobación de la Ley de Operador Inmobiliario.

También estableció que otra de las metas pasa por potenciar el sentido de pertenencia para que los socios sientan orgullo de ser miembros de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Un tercer punto es seguir aumentando, como se ha venido haciendo, el posicionamiento que la Cámara tiene ante autoridades, instituciones públicas y privadas, y en general ante la opinión pública.

Otro de los propósitos de esta nueva gestión será continuar trabajando para incrementar la masa social “buscando ser cada vez más fuertes como institución, sumando nuevas empresas, pero a la vez, también trabajando para mejorar las prácticas comerciales de los socios, para lo que se llevará adelante una actualización del Código de Ética”.

Conde también se comprometió a que la institución trabajará para desarrollar nuevos servicios, fomentar nuevas tecnologías, auspiciar mejores operativas, y estar siempre atentos a los requerimientos tanto del mercado, como de los asociados, para contar con una

Cámara Inmobiliaria Uruguaya cada vez más servicial y representativa.

“Estas cinco propuestas implican superar numerosos desafíos, y alcanzar muchas metas. Frente a ello, nuestro compromiso fue y es claro, vamos a trabajar y trabajar por la CIU. Esperamos contar con el apoyo de todos ustedes para cumplir los objetivos. Creemos que todo es posible si estamos juntos. Si todo hacemos frente común, haciendo nuestro aporte desde el lugar que a cada uno nos toque”, expresó el presidente.

También tuvo palabras de agradecimiento, especialmente para la Comisión Directiva saliente, y les dio la bienvenida a los que lo acompañarán en estos próximos tres años: Luis Silveira como vicepresidente; Juan Pedro Molla secretario; Marcelo Nieto prose-



institución. Es muy positivo manifestar esas ganas de participar, de colaborar. Esos gestos los valoramos mucho, y nos sentimos en la obligación de no pasarlos por alto.”

Conde finalizó con un emotivo mensaje: “porque somos inmobiliarios, construir una CIU grande, fuerte, unida y pujante, es nuestra humilde manera de construir un país mejor.”

“La ley que regula la actividad inmobiliaria no se ha aprobado por falta de voluntad política”

Luego el presidente dio declaraciones a la prensa, donde destacó que: “El principal desafío de la Cámara como gremial, y que fue su motivo fundacional allá por el año 1987, es que se regule por ley esta actividad en el Parlamento.”

El presidente de la CIU cree que aún no se ha aprobado la ley por falta de voluntad política: “Si bien la oposición se ha manifestado públicamente a favor, y desde el gobierno también, más que nada desde el Ministerio de Turismo. Pero este gobierno tiene una forma de operar, donde busca el consenso del 100% de los diputados para llevar adelante la votación de un proyecto de ley, y actualmente habría uno o dos, que tienen dudas o reparos.”

cretario; Juan José Roisecco tesorero; Walter Garré como protesorero, y Juan Francisco Bistiancic, Graciela Bonomi, Alejandro Foti, Eduardo Gutiérrez Larre, y Ramón Villeneau como flamantes directivos.

Por otra parte, Benigno Carballido es el presidente de la Comisión Fiscal, integrada además por Daniel Biasini, Richard Brunelli, Luis Gómez y Carlos Olivera.

Gabriel Conde prosiguió, explicando lo difícil que es ocupar un cargo en la CIU: “No es idílico, no es fácil, es más, muchas veces es agotador. Dedicarle todo el tiempo que es necesario, simplemente implica tener que dejar cosas de lado, sacándole tiempo al trabajo, a los amigos y a la familia.” Pero también agregó: “uno se siente fantástico porque está luchando por algo más grande que la individualidad. Se siente increíble estar construyendo algo entre todos, por todos y para todos.”

También reconoció a la masa social, quienes a lo largo de su gestión, le han hecho llegar cientos de correos electrónicos, unos felicitándole, otros con críticas, y otros con sugerencias y propuestas. “Todos ellos fueron muy valiosos para nosotros, porque representan el pensamiento vivo y la idiosincrasia de nuestra

GARANTÍA DE ALQUILER



PORTO SEGURO
SEGUROS



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



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



COMPRAS EN ESPAÑA

Alguien dijo que la banca nunca pierde... prefiero pensar que quizás la banca no siempre gane todo lo que quisiera ganar, o dicho de otra forma, no todas sus inversiones en casos puntuales como el que voy a citar ahora, llegan a tener un final feliz.



José Luis Pérez Collazo
Corresponsal España

El Edificio España, situado en plena Gran Vía de Madrid, pionero en su época, un ejemplo de la arquitectura nacional de las décadas de los años 1940 y 1950, un imponente rascacielos neobarroco, con sus 117 metros de altura, supo trasladar a España el modelo de pequeña ciudad vertical, del Rockefeller Center neoyorquino. El edificio fue el primer rascacielos levantado en España y el mayor de Europa en 1953, fecha de su inauguración.

Luego de mucho tiempo intentando venderlo, Metrovacesa en el año 2005 logra conseguir que el Banco Santander, pase a ser su nuevo propietario, adquiriéndolo por 389 millones de euros. En una primera instancia se pensó en un proyecto de rehabilitación para convertirlo en pisos, e incluso recuperar un hotel como el histórico Plaza, que albergó durante décadas. Se llegaron a iniciar las obras de reforma, pero en el año 2007 ya estaban prácticamente paralizadas; en el año 2010 el banco ya buscaba un comprador para el inmueble o, en su defecto, una salida rentable.

En junio de este año el Edificio España fue vendido por 265 millones de euros a la sociedad Renville Invest, del magnate chino Wang Jianlin, propietario del grupo Dalian Wanda. El impacto de la operación sobre el capital y la cuenta de resultados del banco, fue declarada como "inmaterial", ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

El grupo Dalian Wanda, es la mayor propietaria de suelo en China, con 166 centros comerciales, 55 ho-



teles de cinco estrellas, parques temáticos, estudios de cine, medios de comunicación... Actualmente la comunidad de Madrid, está trabajando para rebajar el grado de protección histórico-artística del inmueble para que pueda demoler todo su interior, conservando únicamente la fachada y los laterales.

Para tener una idea de las dimensiones de este gran edificio, debemos mencionar que la superficie total edificable del inmueble asciende a 67.400 metros cuadrados, distribuidos en 25 plantas sobre rasante, y otros 9.700 metros y 3 plantas bajo el nivel de la plaza. La intención del inversor chino pasa por doblar el espacio dedicado a actividad comercial, de 10.000 metros cuadrados a 15.000 sobre rasante, más gran parte del área subterránea. El hotel y centro comercial que se prevé construir, ocupará cerca de 22.000 metros cuadrados, el resto se destinará a la construcción de 300 viviendas de lujo.

En estos viajes de compras que realizan los inversores chinos, no solo su punto de mira está puesto en el sector inmobiliario, donde solo en el primer trimestre de 2014, ya llevan invertidos en España 368 millones de euros, sino que también van al rescate de algunos clubs de fútbol, como es el caso de Valencia, otro artículo más para agregar al carrito de la compra.

UNA CAJA SUBSIDIADA VAYA A SABER POR QUÉ



Esc. Aníbal Durán Hontou
Gerente APPCU

Ponemos un tema nuevamente encima de la mesa, que ya fue escenario hace unos años de polémica. La comisión directiva de la gremial en su última sesión, determinó replantearlo ante las autoridades competentes.

Nos referimos a la Caja de Profesionales Universitarios (CPJ) y el gravamen que tiene que pagarle la construcción en el aporte unificado, siendo ahora de un 4% sobre la mano de obra empleada en una obra privada. Anteriormente era un 6% y gestiones de APPCU la dejaron en 4%. Pero también al inicio cuando se gestó allá por el 61, era una cantidad irrisoria que con el paso del tiempo se fue incrementando.

Nos decía nuestro asesor financiero, Cr. Kaplán, que una obra de 2000 metros cuadrados debe destinar para la Caja de Profesionales (CJP), la suma aproxi-

mada de USA 20000. ¿Se puede concebir tamaño dislate? Que una industria como la construcción que ya soporta una carga impositiva de proporciones, deba aportarle a la CJP cifras como la mencionada. ¿Por qué? Por lo pronto, por imperio de la ley. Pero obviamente el sentido común dice drásticamente que no compete.

La situación luce absolutamente inconveniente porque los aportes de seguridad social representan un impuesto al trabajo que desalienta la ocupación de la mano de obra y que precisamente en otros países se rebajan, para combatir la desocupación. Se torna ilógico que una industria que es puntal en la ocupación del país, esté gravada con un 4% suplementario de aportes de seguridad social que además no se destinan a pagar las pasividades de sus ex trabajadores.

La situación luce además injusta, porque la industria de la construcción es la única que paga este gravamen, que si no se justifica que se les cobre a otras actividades, menos se justifica le sea aplicada a nuestra industria que ya tiene, por otras razones, un gravoso sistema de aportes a la seguridad social.

Injusta además, porque los arquitectos o ingenieros

no son los únicos titulares (o socios) de empresas vinculadas a su quehacer profesional. Pero son sí los únicos profesionales que además de sus ineludibles aportes a la CJP en su calidad de afiliados activos a la misma, le deben pagar un voluminoso 4% de los salarios de los trabajadores de sus empresas (cuando ya se paga además, aporte patronal y obrero en el aporte unificado de la construcción). Es como si en un bufete de abogados, el abogado además de pagar su aporte a la CJP y los aportes de sus empleados del BPS, también pagare el 4% sobre el monto del asunto en algún litigio.

También es injusto porque dicho 4% está destinado a pagar pasividades actuales y futuras de los demás profesionales, no existiendo claro, la reciprocidad de éstos para los arquitectos e ingenieros. Y tampoco se pretende.

Dos consideraciones finales a cuenta de mayor cantidad: este 4% grava también al humilde propietario de un inmueble que construye o refacciona su vivienda con utilización de personal asalariado (donde a veces no interviene ningún profesional). Además este tipo de gravamen, alienta la obra clandestina que deja de pagar no solo este 4% sino todo el resto de la carga tributaria.

Rever la situación se impone, por lo que significa la construcción y por lo inconveniente y gravoso que es para el país.

Aníbal Durán Hontou



Un mundo de oportunidades para invertir.

Construyamoslo a nuestra medida...

URUGUAY: 19 de Abril 235 | C.P. 70100 | CARMELO
Telefax (00598) 4542 3451 | 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





Departamento de Estudios Económicos

NOCIONES PRELIMINARES AL PROYECTO DE LEY SOBRE TRABAJADOR NOCTURNO

Como precisión previa queremos señalar que el día 9 de julio de 2013 y el pasado 11 de junio de 2014, la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay asistió a la Comisión de Legislación de Trabajo de la Cámara de Representantes, a efectos de expresar su posición respecto a este proyecto.²

El proyecto persigue una serie de propósitos loables en cuanto se consideran los mayores riesgos para la salud física y mental que acarrearán para los trabajadores, desempeñarse en horario nocturno, esto es de 22 a 6 horas am. El ser humano básicamente es diurno y su organismo está programado para trabajar de día y descansar de noche.

Sin embargo, creemos que el proyecto de ley sobre Trabajador Nocturno, merece una serie de comentarios, críticas y sugerencias que diremos a continuación.

Aclaración Previa: En la Exposición de Motivos del presente Proyecto, se afirma que el Uruguay ha ratificado el Convenio Internacional nro 171 de la OIT sobre trabajo nocturno. Por tal motivo, queremos aclarar que ello no es cierto. Dicho Convenio tiene 11 ratificaciones. Entre las que se encuentran países como Albania, Bélgica, Brasil, República Checa, Chipre, República Dominicana, Eslovaquia, Lituania, Luxemburgo, Madagascar y Portugal, por ende el Uruguay hasta el momento, no ha ratificado el Convenio nro 171.³

² Versión taquigráfica del 9 de Julio 2013, carpeta N° 2183/2013, Comisión de Legislación del Trabajo, Cámara de Representantes, www.parlamento.gub.uy.

³ http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C171

Proyecto de ley

Artículo 1º

Declárase como trabajador nocturno todo aquel asalariado cuya función requiere la necesaria disposición de horas de trabajo nocturno comprendidas entre las 22 horas y las 6 horas de la siguiente jornada.

Artículo 2º

Conforme a los acuerdos establecidos y de normativa aplicada vigente se establece un incremento de la remuneración del trabajador nocturno la cual no sea inferior al 30 % (treinta por ciento) del salario base.

Artículo 3º.

Se establece como único ámbito de referencia en acuerdo, la negociación en Consejo de Salario de cada rama de actividad, que tendrá como base el artículo 2º de la presente ley.

Artículo 4º

Se establece la obligatoriedad de la conformación de la Comisión de Salud, con atención psicológica permanente.

La función de la referida Comisión se regirá por los protocolos de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Artículo 5º

Queda totalmente prohibida la rotación de horarios hacia la noche de las trabajadoras en estado de gravidez avanzado, tomándose como tope la semana número veinte de gestación.

1) Términos Genéricos: El art. 1 contiene una redacción vaga, imprecisa. En primer lugar, la definición de trabajo nocturno como aquel “cuya función requiere la necesaria disposición de horas de trabajo nocturno comprendidas entre las 22 horas y las 6 horas de la siguiente jornada,” nos parece que debería restringirse y no obedecer a una definición genérica como la contenida en la mencionada disposición.

Para ello, es necesario definir lo que se entiende por actividad nocturna, ya que un trabajador puede ir rotando y no necesariamente debe tratarse de un trabajador nocturno sino de uno que eventualmente realice tareas nocturnas.

El propio Convenio N° 171 distingue entre trabajo nocturno y trabajador nocturno, y requiere la realización de horas de trabajo nocturno en un número sustancial superior a un límite determinado. Sin embargo, el proyecto en estudio, no menciona

ningún número sustancial de horas de trabajo nocturno, por lo que pueden existir interpretaciones varias de si es necesario cumplir todo el horario (de 22 a 6 am) para tener derecho a la compensación por nocturnidad del 30%, o bastaría con trabajar parcialmente dentro de ese marco horario

Creemos que el legislador debería definir qué se entiende por necesario y evitar contener redacciones genéricas que a nuestro juicio generarán más discusión entre los actores sociales y operadores jurídicos.

2) Imprecisión del concepto “Trabajador Nocturno”: El segundo aspecto que nos merece crítica, consiste en que bastaría que el trabajador esté a la orden para que sea considerado trabajador nocturno. En ese sentido, entendemos que el proyecto debería decir “cuya función de trabajo efectivo se realice de 22 a 6 de la jornada siguiente.” Nos parece que más allá de las sugerencias a la definición de traba-

jo nocturno, la compensación a que refiere el art. 2 debería abonarse siempre que se preste efectivamente el trabajo y prorratearse en caso de corresponder, las horas de trabajo que se desempeñen en la franja horaria reseñada. ⁴

- 3) En ese sentido, sería bueno precisar el número de horas que debería trabajarse en ese horario para considerarse trabajo nocturno, dado que dicha solución sería conteste con lo dispuesto por el art. 1 literal a) del convenio N° 171. ⁵
- 4) Excepciones del Convenio OIT 171: El Proyecto de Ley consagra la remuneración por nocturnidad para todas las actividades o sectores. Esto se aparta de lo establecido en el art 2.1 del convenio 171 de la OIT que exceptúa del Convenio a los trabajadores asalariados en el sector de la agricultura, ganadería, pesca, transportes marítimos y de navegación interior.
- 5) Remuneración Excesiva del 30% sobre Salario Base: En lo que refiere al art. 2 creemos que el porcentaje de incremento salarial del 30% es excesivo. En efecto, realizado un somero análisis de las primas pagas por nocturnidad observamos que en la mayoría de los casos las compensaciones oscilan entre un 15% y 20% del salario base. En el Proyecto, no se discriminan las actividades ni el riesgo y sacrificio de los trabajadores, y tampoco se justifica en que parámetros o criterios objetivos se basa para fijar el porcentaje en un 30%.
- 6) Afectación a la autonomía colectiva: Hay una clara injerencia del Estado en la negociación colectiva, que no permite que las partes convengan en un porcentaje menor al 30% por prima de nocturnidad. Se estaría desconociendo una vez más lo dispuesto por los Convenios nro 98 y 154 de la OIT,⁶ ya que

A modo de ejemplo, en el Sector Comercio y Servicios podemos citar:

- a) Dentro del Grupo 10: al SubGrupo 1 (Tiendas, convenio 19/11/2008 de 23hs a 6 am), SubGrupo 7 (Librerías y Papelerías 20%, convenio 13/12/2013, 22-6 am, salvo los meses de verano Diciembre-Abril de 23 a 6am), SubGrupo 18 (Supermercados 20%, convenio 30/10/2006), y SubGrupo 21 (Envasado de Supergas 20%, convenio 19/11/2008).
- b) Dentro del Grupo 19: al SubGrupo 7 (Empresas de limpieza 20%, convenio 29/10/2008), SubGrupo 9 (Mensajería y Correo privado 20%, convenio 12/11/2008, SubGrupo 15 (Peluquerías Unisex, convenio 4/09/2006), SubGrupo 18 (Sanitarias, convenio 20/09/2006) y Servicios 0900 20%, convenio 13/11/2008).

la negociación colectiva deja de ser libre y voluntaria. El Estado estaría obligando al sector Patronal (comercial e industrial) a pagar por nocturnidad un porcentaje mayor al estipulado, por autonomía de las partes, en los Convenios de los Consejos de Salarios. Asimismo, cada Grupo y cada actividad tiene sus propias particularidades, y no se puede aparejar a todas por igual.

- 7) Quinta Ronda de los Consejos de Salarios: Por otra parte, cabe preguntarnos cuál será el ámbito temporal de aplicación de la norma. Cabe recordar que el año pasado finiquitó la Quinta Ronda de los Consejos de Salarios, con Convenios en su mayoría con plazo a 3 años y algunos con plazo hasta de 5 años. Los empresarios han realizado un esfuerzo económico más que importante para cumplir con

⁴ El art. 1 lit a del CIT N° 171 establece: "la expresión trabajo nocturno designa todo trabajo que se realice durante un período de por lo menos siete horas consecutivas, que abarque el intervalo comprendido entre medianoche y las cinco de la mañana y que será determinado por la autoridad competente previa consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores o por medio de convenios colectivos"

⁵ El art. 2.1 del CIT N° 171 establece: "Este Convenio se aplica a todos los trabajadores asalariados, con excepción de los que trabajan en la agricultura, la ganadería, la pesca, los transportes marítimos y la navegación interior."

las exigencias sindicales que en muchos casos se apartaron de los lineamientos Salariales fijados por el Poder Ejecutivo. Este proyecto estaría recargando entre un 10% y 15% más los salarios nocturnos, lo cual afectaría en forma negativa sobre las finanzas de las empresas, con un costo que no fue previsto al corto plazo.. Todo ello, apareja una clara inseguridad jurídica para los empresarios que ya negociaron su Convenio Colectivo, y ya planificaron sus costos a futuro. Otro aspecto no menor, es la afectación de este incremento salarial en el aumento de la inflación del país. Sin duda que no es el momento adecuado para seguir aumentando salarios ya que atentaría contra las políticas económicas que viene adoptando el Go-

bierno para frenar la inflación actual, Sería un acto irresponsable querer aumentar salarios a 6 meses de haber finalizado la Ronda Negocial en los Consejos de Salarios donde se pactaron los aumentos en cada sector de actividad.

- 8) Creación innecesaria de Comisiones de Salud: Ya existen las Comisiones de Salud para todas las actividades. Se encuentran reguladas en el Dec. 291/007. Es totalmente innecesario lo dispuesto en el art 4to del proyecto.

GERENCIA JURIDICA DE LA CNCS
gerenciajuridica@cncs.com.uy

⁶ CIT N° 98 "Convenio sobre el Derecho de Sindicación y de Negociación Colectiva," y CIT N° 154 "Convenio sobre Negociación Colectiva"



CHEVROLET
CORSA

\$2600
FIN DE SEMANA

Incluye Km libre



CHEVROLET
SPARK

\$2850
FIN DE SEMANA

Incluye Km libre



CHEVROLET
AVEO

\$3500
FIN DE SEMANA

Incluye Km libre

PRADO RENTACAR

2203 2463
www.pradorentacar.com.uy

Cr. Carlos Saccone
Senior Investment Advisor - HSBC Premier



BONOS URUGUAYOS

Entre las alternativas de inversiones financieras con mayor tradición entre los inversores de nuestro país se encuentran los bonos en dólares emitidos por el estado uruguayo.

Repasamos a continuación algunas de las características principales de este mercado y nos detenemos en un punto fundamental: los riesgos para el inversor.

Los bonos son títulos de deuda, a diferencia de las acciones, que son instrumentos de capital. O sea, quien posee un bono emitido por una empresa o por un país, es de hecho acreedor de este país o empresa. En cambio, quien posee una acción de una empresa es propietario parte de la empresa (no existen acciones de países). Esta diferencia no es para nada menor dado que los derechos del acreedor le otorgan una mayor protección y prioridad en caso de que el país o empresa se encuentre en problemas.

Desde el punto de vista del emisor de los títulos, ambas son formas de financiarse. Por su parte desde el punto de vista del inversor ambas son formas de inversión. En el caso de las acciones, el inversor se querrá beneficiar de un eventual aumento de su precio debido a mejoras en las expectativas sobre su actividad y gracias al posible (no obligatorio) pago de dividendos. El riesgo para el inversor de acciones es que baje el precio y/o la empresa interrumpa el pago de dividendos. O que en el peor escenario, se funda y pierda todo el capital invertido. En este caso no existe obligación alguna para la empresa respecto de pagos a los compradores de sus acciones. Se

puede deducir claramente que para la empresa el financiamiento a través de acciones (o sea abriendo su capital) es una alternativa que por su flexibilidad merece ser considerada.

Por otra parte, el tenedor de bonos realiza una apuesta más conservadora y al mismo tiempo goza de mayor protección, dado que sus derechos están consagrados en un prospecto de términos y condiciones que gobierna las características de la deuda asumida por el deudor. El pago de intereses fijos y periódicos es uno de ellos, sumado naturalmente al repago del capital luego de cierto período preestablecido. Para la empresa o para el país, obligarse contractualmente a pagar intereses en general tiene la desventaja que esto es efectivamente una obligación legal y su

incumplimiento representa una infracción a un contrato que puede disparar diferentes acciones legales en contra de este emisor.

Obviamente los países no se venden, así que la forma de financiamiento en los mercados internacionales, además de los préstamos directos de organismos multilaterales de créditos, son las emisiones de bonos en los mercados internacionales. Hablo de “mercados internacionales” y no ligeramente dado que no es lo mismo que el mercado doméstico, por su volumen. Cuando el gobierno quiere obtener fondos por varios centenares de millones de dólares, realiza colocaciones de bonos a través del principal mercado del mundo, los EEUU.

Actualmente nuestro país tiene emitidos los siguientes bonos en los mercados internacionales ¹

CUPÓN ANUAL	VENCIMIENTO	CIRCULANTE (usd)	CALIFICACIÓN	RETORNO AL VTO (%)	PRECIO
9,25	5/17/2017	50.344.000	BBB-	1,63	121,00
7,5	3/15/2015	142.791.688	BBB-	0,13	104,85
6,875	9/28/2025	150.993.258	BBB-	4,18	123,85
8	11/18/2022	563.705.172	BBB-	3,66	130,90
4,125	11/20/2045	731.355.422	BBB-	4,93	87,25
7,875	1/15/2033	840.598.019	BBB-	4,93	135,50
7,625	3/21/2036	1.058.115.629	BBB-	5,01	134,25
5,1	6/18/2050	2.000.000.000	BBB-	5,14	99,35
4,5	8/14/2024	2.000.000.000	BBB-	3,78	106,00

¹ Precios y rendimientos totalmente indicativos Solo bonos denominados en dólares. No incluye euros, ni bonos en UI que liquidan en USD. Fuente Bloomberg

Como se observa nuestros bonos no tienen un rendimiento espectacular... En realidad más bien lo contrario. Si observamos las últimas emisiones realizadas con vencimiento en 2045 y 2050, los retornos² rondan el 5%. No está mal, pero tampoco es super atractivo. Ahora, ¿esto es bueno o malo? En realidad depende del cristal con el que se lo mire. Desde el punto de vista “país”, habla muy bien de nuestra condición financiera y nos destaca dentro del contexto latinoamericano dado que no son muchos los países a los cuales el mercado les pide una tasa tan baja para prestarles dólares a tan largo plazo. Esto se explica además, por el momento de las tasas en dólares en EEUU que se encuentran cerca de su mínimo histórico desde hace ya varios años. Al representar los bonos uruguayos, un flujo de fondos denominado en dólares (que no es nuestra moneda), Uruguay debe pagar un “premio” por encima de las tasas conocidas como “libres de riesgo” que son las de EEUU.

Así como se ve en el cuadro, un bono uruguayo en dólares a 30 años de plazo rinde cerca de 5%, mientras que el bono del gobierno de los EEUU a 30 años rinde 3.40% . O sea, Uruguay para endeudarse en dólares tiene que pagar 1.60% más que lo que paga el que fabrica los dólares!!!! Si esto no habla bien de nuestra posición financiera internacional, no imagino otro aspecto que podría hacerlo.

Pero no todas son rosas. En primer lugar esto le hace la vida más difícil al inversor, acostumbrado a comprar bonos para obtener una renta que complementa sus ingresos. La otra cara del buen momento del Uruguay, es que sus títulos tienen bajo riesgo de incumplimiento (para ver el caso opuesto no se necesita más que cruzar el charco...). Y como tienen bajo riesgo de incumplimiento, sus precios han subido mucho para adecuar su retorno y que éste se mueva en función de los retornos de los EEUU. En otras palabras, el mercado percibe hoy que el ries-

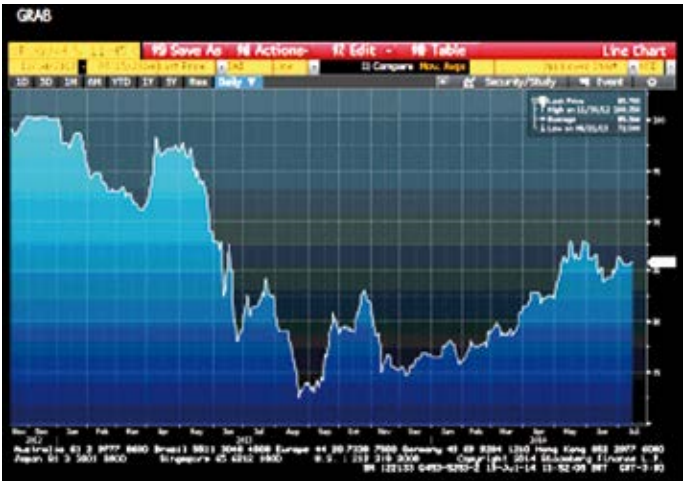
go de default en Uruguay, al igual que Brasil, Chile, Perú, Colombia y México es muy bajo. Y como el riesgo es bajo, el retorno también!

Sin embargo el inversor no está a cubierto de todos los riesgos invirtiendo en bonos uruguayos. Si vimos que el riesgo que Uruguay no pague es muy bajo. El riesgo que no es bajo es que los bonos bajen de precio en los próximos años. La razón de la existencia de este riesgo es que ante una eventual recuperación de la economía de los EEUU (el fabricante de dólares) éste probablemente se vea obligado a subir la tasa de interés de referencia a un día de plazo. Al aumentar las chances de que se tome esta decisión por parte de la reserva Federal, los bonos de EEUU a más largo plazo bajarían de precio, para reflejar una tasa mayor a mayor plazo también.

En el ejemplo en que comparábamos los dos títulos, imagínese que el precio del bono con tasa fija de EEUU baja de tal forma que su rendimiento pasa a ser 6%. ¿Sería lógico que el bono uruguayo al mismo plazo rindiera 5%? Por supuesto que no. En el caso que sucediera esto (nada improbable, por cierto) los bonos uruguayos -y todos los emitidos en dólares- tendrían una fuerte caída en su precio que no sería producto de un cambio en la calidad de nuestro crédito ni tendría que ver con un deterioro de nuestras finanzas, sino con un cambio en el contexto de las tasas de interés en dólares.

Le recuerdo al lector que esto ya ocurrió el año pasado (ver gráfico). La tasa a 30 años de plazo pasó de 2.82 a 4% en 3 meses. En el mismo lapso el bono uruguayo con vencimiento en 2045 bajó de 97% a 73%. Una pérdida de 24 puntos porcentuales, que fue en parte recuperada con el transcurrir de los meses, debido a una adaptación de las expectativas en cuanto a que la suba futura de tasas va a terminar siendo mucho más lento de lo que se pensó en un primer momento. Pero el riesgo sigue estando ahí.

EVOLUCION PRECIO BONO URUGUAY 4.125% VTO AÑO 2045



Fuente: Bloomberg

En definitiva si bien los bonos uruguayos ofrecen algunas ventajas, como una razonablemente buena calidad de crédito y el no estar sujetos a IRPF por ser títulos del estado, los lejanos vencimientos de los títulos más líquidos son una ventaja muy destacable

para el deudor, (o sea el Uruguay) pero, pensando con un horizonte de mediano y largo plazo (más de 3 años) representa una clara desventaja para el inversor, debido a los riesgos de tasa de interés mencionados previamente.

¿Pueden los bonos uruguayos verse afectados dependiendo de quién gane las elecciones?

Pienso que no. Creo que a nivel de nuestra posición financiera internacional el país ha manejado la situación con la necesaria ortodoxia que demandaron los últimos 10 años. El perfil de vencimientos es muy cómodo para el país y el porcentaje de endeudamiento en dólares ha bajado significativamente apareciendo alternativas en moneda nacional (más específicamente en UI). En este sentido ninguno de los 4 candidatos se presenta como probable implementador de cambios en este frente, dado que Uruguay ha hecho las cosas muy bien. En todo caso, la implementación de algunas medidas dirigidas hacia un mayor control de gasto y déficit público, podrían en todo caso, mejorar marginalmente como se percibe al país desde el exterior, aunque difícilmente se produzcan cambios importantes.

² Retorno si mantengo el título hasta el vencimiento, puede variar en caso contrario.

Lucía Topolansky, Senadora
MPP, Partido Frente Amplio

FRANCISCO ENCARNACIÓN BENÍTEZ

En estos días fui citada por la comisión de Ganadería Agricultura y Pesca del Senado, para informar una iniciativa que hemos llevado adelante para que el Instituto Nacional de Colonización se llame Francisco Encarnación Benítez.

También lo hacemos para destacar la continuidad entre aquellos desvelos y los esfuerzos que hoy llevamos adelante para una distribución más justa de la tierra, que centralmente pasan por el Instituto Nacional de Colonización.

Esa continuidad manifiesta entre el reglamento provisorio y el Instituto Nacional de Colonización se expresa en más de 25 leyes y decretos que atraviesan 3 siglos de historia.

De Francisco Encarnación Benítez se dice en el prestigioso libro *La Revolución Agraria Artiguista*, de De La Torre, Rodríguez y Sala, que desde la Cuchilla Grande de Soriano, “un hombre valiente hasta la osadía, entregado con ardor a la defensa de la revolución contra el odiado régimen colonial, un “pardo” analfabeto, de mestizaje secular, que había sufrido en sí todas las opresiones y humillaciones del atropello colonial, Encarnación Benítez, habíase transformado en la columna de la revolución radical de todos aquellos vastos pagos.”

A continuación se abunda para mejor entender que Encarnación “ha sido sin dudas uno de los personajes históricos cuya nombradía ha sufrido la más perseverante y adjetivada diatriba de nuestros cronistas e historiadores.”

En un oficio dirigido a Artigas el 2 de enero de 1816 dice: “... Después que la Provincia se ve libre de enemigos, todos los vecinos son excelentes patriotas, y habiendo vivido en sus ranchos o escondidos en sus montes mientras duró el peligro, ahora dicen que defendieron la Campaña. ¿Y cómo?...”

El clamor general es: nosotros hemos defendido la Patria y las Haciendas de la Campaña, hemos perdido cuanto teníamos, hemos expuesto nuestras vidas por la estabilidad y permanencia de las cosas. ¿Y es posible que desde el Padre hasta el último negro, en todos nos han perseguido y procurado de todos modos nuestro exterminio, sigan ellos disfrutando de sus antiguas usuras, y nosotros destrozando su mala conducta, y anti Patriota versación, sean estos los enemigos declarados del sistema los que ganan, después de habernos hecho la guerra, y nosotros los que perdemos?”

Como se ve, Encarnación, también conocido como el Protector de los 7 Pueblos, se enfrentaba a una dura lucha y las preguntas que se hacía y trasladaba a Artigas reflejaban la opinión de las fuerzas artiguistas que se veían obligadas a enfrentar a las propias autoridades que supuestamente debían acatar.

Oscar Montaña, en su obra *Umkhonto*, nos dice que probablemente, Encarnación murió emboscado: *Cuando se produjo la invasión lusitana, “las partidas de Encarnación serán una pesadilla para el invasor. El 2 de mayo de 1818 Vasco Antunes Maciel, portugués afincado con campos en Colonia y el coronel de milicias oriental Pedro Fuentes, abrieron las puertas de la ciudad a las tropas del mariscal Pinto Correa y a la escuadra del almirante Rodrigues Noronha que procedieron a su ocupación, la que durará más de una*



década. Enterado, allá vuela el infatigable mulato a poner sitio a uno de sus siete pueblos protegidos, y lo hace con tal eficiencia que los intrusos no veían regresar a ninguna de las partidas que despachaban en procura de abastecimientos. Prepararon entonces una trampa a sus implacables cancerberos, anunciando a media voz su partida para que llegase a oídos de éstos. El 25 de mayo brindaron un ‘estrondoso’ baile de despedida, y al día siguiente embarcaron al obscurer en el más absoluto sigilo. Dirigiéndose así —narra el capitán de fragata Sena Pereira— ‘... sobre o campamento de Encarnaçáo, o qual de tal modo foi cercado que apenas escaparam tres homens, tudo o mais com o seu proprio chefe, ficou prisioneiro, ferido ou morto’ (*Memorias e Reflexões sobre o Rio da Prata*). Entre los últimos, Encarnación, quien, aflojada la rigurosa vigilancia del sitio, celebraba con los suyos lo que creía su gran triunfo.”

La vida y la muerte de Encarnación dan mérito a esta iniciativa; por otro lado este proyecto además de ese rescate, busca exponer a la mirada actual a quienes Artigas supo unir bajo su liderazgo, afirmado en la integración de las distintas vertientes que conformaban el pueblo oriental.

CANTANDO BAJO LA LLUVIA

Señoras y Señores, parece que va a llover. Y, sí, efectivamente en algún momento va a llover. A veces llueve como de la nada, intempestivamente, generando una conmoción en el estado del tiempo. Esas veces, cuando la lluvia realmente nos sorprende, no queda más que guarecerse, refugiarse, intentar “capear el temporal” sufriendo la menor cantidad de daños posible. Otras veces la lluvia se prepara como quien prepara una boda, se va fijando la fecha, que comienza a escucharse en los noticieros, se prepara el ambiente, se colocan las nubes cual mesas y sillas, para recibir a los invitados a mojarse y, finalmente, cuando estamos todos preparados, esperando la lluvia, a veces cae con lentitud pasmosa y se puede hasta disfrutar de ella y otras veces pasa como un flash, provocando charcos y algunas mojaduras, pero sin generar contratiempos mayores a los que estaban preparados, ya sea porque se hayan guarecido o porque hayan seleccionado bien la ropa que usarían para tal evento.



Lic. Diego Borges

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

En el mercado sucede lo mismo que con la lluvia; hay cambios que llegan sin que, casi, nadie los prevea, creando una conmoción y, literalmente, un desparramo de empresas aquí y allá; hay otras circunstancias en las que existe una evolución (o involución) en las variables “climáticas” que comienza con pequeñas y acumulativas señales, que terminan en esas lluvias largas, suaves y densas de decrecimiento en las ventas. Pienso que, si no estamos preparados para las conmociones, menos lo estamos para las evoluciones negativas del mercado y es por eso que trataré de dar unas pistas para “cantar bajo la lluvia”, sin evitar mojarse, pero aprendiendo a minimizar los daños de un aguacero que, a la corta o a la larga, siempre llega.

Señales

Al igual que en la película del mismo nombre (Señales – con Mel Gibson) y de algunas de sus predecesoras películas de idéntico género (como la espectacular Encuentros Cercanos del Tercer Tipo, de Spielberg), siempre hay señales que nos muestran que algo está por suceder. A veces son signos casi

imperceptibles, pero es importante estar atentos a estos hechos. **En marketing, es muy importante prestar atención continuamente a ciertos datos que nos harán aumentar el poder de predecir los acontecimiento futuros:**

Cliente Clave – Analice permanentemente su evolución, la frecuencia de compra y las variaciones en la forma de pago. Todas las empresas los tienen, son aquellos clientes de los que hablamos varias veces al día y conocemos, todos, por cada nombre de su personal. Lleve un monitoreo especial de ellos.

Monto Promedio de Venta – Analice y monitoree este valor, en lo posible, deflactado, para medir la evolución real del valor que los clientes están dispuestos a pagar por su producto o servicio.

Cobranzas – Los días que una cuenta está pendiente de cobro (y no son explicables por un error de procedimiento interno), hablan de cómo se está moviendo el flujo del dinero en el mercado. ¡Cuánto más fácil es pagar, cuando el dinero es fácil de obtenerse y fluye sin problemas!

Alertas

En un segundo momento del escenario previo al diluvio, se encuentran las señales más poderosas, verdaderas alertas que no podemos dejar de medir. La principal y más fácil de monitorear:

Rotación – Cuánto tiempo está en la góndola (o en la vidriera o en la web publicada o en el almacén) un determinado bien (desde un frasco de dulce de leche, hasta una propiedad). Cuando se comienza



a estirar ese período, generando una consecuente acumulación de stock (en la mayoría de los casos), el flujo de dinero entrante se enlentece y las cuentas por pagar comienzan a preocuparnos y, finalmente, a estirarse también.

¿Y qué paraguas uso?

Como siempre, **la mejor cura es la prevención, que sumada a la medición de los indicadores, nos otorga alguna herramienta útil para superar una etapa de “no bonanza”**. Sugiero usar tres estrategias simples:

Responda con más: Si las ventas decaen, haga **más llamadas**; si los días de un producto en oferta

aumentan, haga **más ofertas**; si los clientes clave están remolones, salga a captar **más clientes** clave. **Responda mejor:** Preste atención a los detalles que generan o hacen perder ventas: **Conteste antes el teléfono, mejore los banners de su web, publique info interesante en Facebook**, ingrese a Twitter, busque incrementar sus relaciones en LinkedIn, **genere un plan de motivación** para sus vendedores, en fin, venda mejor.

Responda antes: Como director, propietario o gerente, **venga antes a trabajar**, prepare antes el café, **resuelva rápido los problemas** “menores” que le quitan eficiencia en sus acciones “importantes”, de el ejemplo al devolver las llamadas en tiempo record, **no deje mensajes sin contestar** y limpie su casilla de mensajes. Sea rápido, porque en tiempos de “no abundancia”, el animal más rápido de la selva no solo es el que come primero, sino el que come más.

Organícese

Soy un convencido de que todos sabemos lo que tenemos que hacer, antes de que nos lo digan, pero muchas veces lo reconocemos después de que nos lo dicen. **No minimice lo simple, organícese, usted y su empresa, para hacer más cosas, antes y mejor, para que su éxito no decaiga, aún si tarde o temprano, comienza a llover.**

Lic. Diego Borges
dborges@delabahia.com.uy

TU CASA AQUI
tucasa aqui.com.uy

Es un sistema de gestión inmobiliaria online y de publicación, adaptado a las necesidades de las inmobiliarias uruguayas.

Publicá simultáneamente
en Gallito.com, Gallito Luis
y Tu Casa Aquí.



Las modificaciones se hacen en un solo lugar y automáticamente cambia la información en todas las publicaciones, ya sea en papel u online.



Ofrece la posibilidad de crear el sitio web de tu inmobiliaria sin costo.



2909 8888 int. 386 - info@tucasa aqui.com.uy

DESMENUZANDO LA FELICIDAD

Explorando el nivel de satisfacción: Qué queremos cuando decimos: Quiero, en el fondo, ¿SER FELIZ? A la hora de hacer, es importante establecer antes un entorno de mayor área: qué quiero, cómo lo quiero, cuándo lo quiero y por último, pero no menos importante, quién soy. Si vamos a hacerlo perfecto, hemos de agregar otras dos preguntas: por qué quiero lo que quiero, y para qué lo quiero. Si te cuesta obtener respuestas, la clave para ti será escribir, si, tomar lápiz y papel, mejor que medios electrónico y escribir, como se hacía en tiempos antiguos!



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

Evidentemente algunas o todas estas preguntas tienen a su vez otras preguntas dentro de sí, es parte del encuentro del Éxito, el poder dar respuesta a estas preguntas, si no lo hacemos caemos en un círculo vicioso de insatisfacción, que se reduce a desear cosas, las cuales si son muy grandes nos frustran y si son alcanzables, entonces cuando las logramos, perdemos el interés por ellas rápidamente y vamos a otro deseo, hasta que sí logramos empacharnos de objetos, entonces se nos hace claro que el bienestar que deseamos no está en las cosas, aunque para todos sea más cómodo llorar en el Ferrari, que en el Fitito.

Pelemos la cebolla a ver qué hay en el medio además de lágrimas. Dónde está la felicidad entonces? Es buenísimo ejercitarnos en ver donde no está y disfrutar al encontrar tu respuesta personal. No es lo mismo gozo, empacho, acumulación, que felicidad.

En sucesivos cursos y talleres hago la pregunta: ¿Qué querés?

Mayormente el conjunto de respuestas va de lo particular a lo general, y la enumeración comienza por

desear dinero, sin especificar cuánto, sino “mucho”, sigue por casa, auto, viaje, algún aventurero nombra, salud, amor, también paz y tranquilidad. De lo más chico a lo más grande.

Sin objetivos ningún resultado es bueno, o sea que para poder determinar un grado de satisfacción debemos primero saber claramente qué queremos, qué soñamos, qué deseamos.

El hombre es un ser deseante, y lo que deseamos, también, es ser otra cosa que nosotros mismos.

Esta premisa nos asegura dos cosas, una es el desarrollo de la civilización, ya que es la insatisfacción el motor del desarrollo, la silla en la que estás sentado ahora, fue hecha por alguien insatisfecho con la silla anterior, y **así todo lo creado por el ser humano, parte en buena medida de la insatisfacción.**

La otra cosa segura, el desear ser otra cosa que nosotros mismos, es la parcial insatisfacción en el momento presente, ya que deseamos ser otra cosa, más flacos, más guapos, más seguros, menos esto y aquello.

Lo cual nos deja como felicidad breves lapsos de tiempo en los cuales se dan varias cosas al mismo tiempo: calma, satisfacción, saciedad, gozo, reconocimiento, entre otras, podemos agregar todas las sensaciones placenteras que imagines.

Entonces vemos que esa felicidad que las personas decimos buscar, es un estado, es por definición, un estado acotado en el tiempo, recordemos que **la vida se trata y es cuestión de tiempo**, es acotado,

porque seamos seres deseantes y si no hay pausa en el estado de plenitud, se rompe la primera premisa de la vida: **lo único permanente es el cambio**. Entonces, otra vez pongamos el ojo en eso que deseamos y que cuando vamos en profundidad, decimos quiero ser feliz, y qué será la felicidad, yo tengo mi respuesta, de hoy, ya que vamos cambiando a medida que aprendemos. Aparentemente la felicidad es una SENSACION, una EXPERIENCIA, con principio y fin. Entonces la felicidad no es ni continua ni permanente.

Así que entonces mejor desear otra cosa, que pueda ser más alcanzable y duradero.

Es bueno que puedas lograr esa síntesis, hace de la vida algo mucho más sencillo de experimentar, te da un sentido, un por qué y un para qué, mucho más de lo que la gran mayoría de las personas tiene.

Si te tomas el tiempo, veras que el esfuerzo de ese pienso, tiene un premio maravilloso.

La clave que puede contribuir a decidir sobre el momento presente, es una pregunta de formato binario: - Esto que está sucediendo, esto que quiero o no quiero transitar, es **¿CIRCUNSTANCIAL o es TRASCENDENTAL?**

De allí que si podemos discernir entre estos dos tipos de incidencias de los eventos en nuestra vida, podremos elegir el grado de impacto que le asignamos.

Algo circunstancial, es según la R.A.E.:

1. adj. Que implica o denota alguna circunstancia o depende de ella. Es decir, tiene comienzo y fin.

Algo trascendental, es según la R.A.E.:

1. adj. Que se comunica o extiende a otras cosas.

2. adj. Que es de mucha importancia o gravedad, por sus probables consecuencias.

3. adj. Fil. Se dice de los conceptos que se derivan del ser y se aplican a todos los entes.

4. adj. Fil. En el kantismo, se dice de lo que se refiere a la realidad pero excede de los límites de la experiencia.

Lo trascendente impacta por un tiempo prolongado, y lo circunstancial, no.

Es un buen comienzo para el análisis de prioridades. W. Churchill decía: la imaginación le da consuelo a los hombres por lo que no pueden ser, el humor les da consuelo por lo que son.

Los conceptos de **imaginación y comparación**, nos pueden acercar o alejar de nuestro deseo de felicidad.

El estado de satisfacción de una sociedad se mide por la diferencia existente **entre la realidad y el imaginario de lo que debería ser**.

Te propongo observar al grado de satisfacción desde las **relaciones interpersonales**, el grado de aceptación y apertura a la realidad, la cuota de energía que pones al imaginario, y cuanto humor hay en tu día a día.

Por último, te invito a preguntarte: esto que tanto me aflige, ¿es circunstancial o trascendental?

Samy Borensztein,
sb@derechosysucesiones.com

Agentes Inmobiliarios: www.derechosysucesiones.com un nuevo servicio que apunta a solucionar temas complejos y situaciones difíciles.

Noticia del sector

ESPAÑA: EL CRÉDITO HIPOTECARIO TAMBIÉN VUELVE AL SECTOR INMOBILIARIO

En los últimos meses los bancos han vuelto a otorgar hipotecas para los ciudadanos que quieran comprar casa, pero con condiciones más estrictas. Además, los bancos vuelven a utilizar a las agencias inmobiliarias como prescriptoras de sus productos hipotecarios.

Conceden hipotecas que oscilen entre los 100.000 y los 150.000 euros. En términos generales, la red de agencias inmobiliarias sostiene que se mantienen

unos parámetros muy similares a los habituales antes de la crisis. Conceden el 80% del valor de la tasación de la propiedad, siempre y cuando no supere el 30 o 40% de los ingresos totales del solicitante.

De seguir en esta línea, en menos de un año la situación se revertiría, porque la llegada del crédito, la oportunidad que supone comprar una vivienda en la parte más baja de la curva de precios y la política actual de bajos intereses, están animando al sector.



Parque Termal Agua Clara

Inmerso en la tranquilidad del
Vacacional Daymán

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



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

MARCA PRESTIGIOSA: EL PODER DE UN BUEN NOMBRE, POTENCIADO POR LA FAMA.

Es imprescindible forjar un NOMBRE prestigioso en el sector Inmobiliario. Y más vital aún, es saber difundirlo y amplificarlo como “MARCA.”

Dr. Alfredo Tortorella
Director académico
del ICIU



En primer lugar, aclaremos conceptos que aquí vamos a utilizar como similares o sinónimos (aunque técnicamente, en un sentido estricto, no lo sean): NOMBRE, MARCA, GRIFA, LOGO o LOGOTIPO, ISOTIPO, IMAGOTIPO, ISOLOGO, o sea, todo lo que exteriormente representa la **“IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA”**.

Además de trabajar con excelencia y calidad, hay que demostrarlo afuera, es decir, difundir y amplificar nuestra eficacia como empresa inmobiliaria, a fin de ganar prestigio. Y el prestigio de una buena empresa, para decirlo en forma sencilla es: **cumplir cabalmente con lo prometido. Y además, es la**

base del buen nombre y posicionamiento en la mente de los consumidores (mercado).

El prestigio así considerado, es la razón o argumento más noble y auténtico, donde se debe (o debería) basar la preferencia, en la difícil elección que el cliente debe hacer a diario, entre el universo de empresas (y de improvisados “truchos”) que existen en este amplio y caótico mercado.

Claro que, algunos clientes eligen sólo por el precio... Entonces, esos mezquinos no obtendrán, lógicamente, el mismo resultado: es más barato comer un chorizo o un pancho, que sentarse a la mesa de un restaurante... Y lo barato, sale caro!

Desmitificando un pre-concepto erróneo:

A diferencia de lo que muchos creen, me permito discrepar con una idea tan generalizada como errónea: de que basta un buen diseñador gráfico y/o publicista para construir una marca eficaz, que pronto escalará a los primeros lugares del ranking empresarial de ese ramo determinado, siempre que se pueda invertir algún millón.

El tema central (clave) **NO ES la buena difusión y/o comunicación eficaz** de una MARCA a fin de colocarla en lugar privilegiado (especialmente y en los últimos tiempos, en la WEB.) **SINO, su CONSTRUCCIÓN:** idea original o gestación, nutrición, robustez real, respaldo, seriedad, crecimiento, consolidación...

Luego, recién luego, vendrá el genuino y valioso reconocimiento del mercado.

O sea, si nuestra marca o nombre, no es intrínsecamente robusta, no podemos pretender que se difunda (en forma contundente y eficaz) como sinónimo de EXCELENCIA...

A lo sumo, se podrá formar una nube o impacto visual (según sea la elevada suma de dinero que se invierta en la publicidad-promoción), pero, con una duración limitada (fuegos de artificio), ya que contienen en su interior una triste nota de fragilidad (que en castellano antiguo, se decía MENTIRA). En buen romance: “NO PONGAMOS LA CARRETA DELANTE DE LOS BUEYES”.

Hecha esta salvedad introductoria, pasaré a analizar los diversos aspectos de la gestación de una MARCA robusta (auténticamente excelente), como para recién luego, poder difundirse y posicionarse como genuinamente preferible, en el mercado... Todo lo demás es “chantada” y “puesta en escena”, “mucho ruido y pocas nueces”, etc.

¿Calidad o cantidad?, ¿mejor o más?

Aplicando la analogía, entiendo que este tema es muy similar a este frecuente diálogo, que reproduzco en el recuadro, y que se repite, año tras año, con mis alumnos, al inicio de los cursos de venta inmobiliaria profesional:

- Profesor: quiero aprender a vender MÁS!... Por favor, ¡ENSÉÑEME EL CÓMO!
- Bueno, querido alumno: para vender MÁS, EN SERIO, PRIMERO debes aprender a VENDER MEJOR!
- Entonces, no es posible hacerlo rápido, verdad?
- Exacto. Es la misma relación entre contenido y recipiente... Primero debemos elaborar el contenido, para luego, envasarlo... y recién luego, transportarlo, difundirlo y distribuirlo, o sea: hacerlo llegar al público consumidor.

Por eso, mi primer LIBRO (año 2005, agotado en 2008), se llamaba: **“EL ARTE-ÉTICO DE VENDER MEJOR,** (y tenía como gráfico sub título): para **RE-CIÉN LUEGO, VENDER MÁS”.**

La ansiedad desmesurada y el apuro por escalar rápido, son malos compañeros de viaje. El cazador-depredador come rápido, pero mata a su fuente de alimentos, mientras que, el labrador y sembrador, debe ser necesariamente paciente, pero luego, tendrá asegurada la mejor recompensa: el futuro fértil. Esa es una opción de vida, casi filosófica, que cada uno responderá según sea su particular escala de valores. Algunos optarán por las cosas urgentes... y otros, por las realmente importantes y permanentes.

Volviendo al tema MARCA, a mi humilde criterio: primero, debemos robustecer la musculatura de nuestra gestión, para recién luego, salir a difundirla y ganar prestigio y la merecida fama, por hacer (reiteradamente) las cosas bien, o muy bien, y en algu-

nos casos, en forma excelente... Esa es la auténtica “GRIFA o MARCA GANADORA.”

Nosotros, los inmobiliarios no vendemos “ladrillos amontonados”, ni tierras parceladas, sino un servicio (cada día más integral y complejo), para un cliente (cada día más exigente e infiel), a fin de satisfacerlo genuinamente (resolverle bien sus problemas, necesidades, sueños y aspiraciones), o sea: hacerle concretar resultados positivos y deseados, altamente convenientes para sus intereses... En esta simple frase, se puede decir que, se sintetiza lo que algunos llaman ampulosamente **“La excelencia inmobiliaria”... o “la satisfacción genuina del cliente”.**

La base real de la necesidad de difundir bien nuestra MARCA, la podemos encontrar en la vieja y vigente frase de la abuela, a la niña “pre-adolescente”:

“Mija: hay que ser (buena) y también parecer”

Modernamente, desde la aparición de la SEMIÓTICA (con autores geniales, tales como Umberto ECO, entre otros), todos sabemos que la eficacia comunicacional, se mide por la claridad y por el alcance o difusión, o sea:

“Lo que no se comunica bien y mucho, no es, no existe”

Entonces, ya no alcanza con el “boca a boca”... Se requiere: impacto y luego, una amplificación multiplicadora... Pero, si no existe la base de un real prestigio, lo que se multiplicará será la MENTIRA... y ésta suele tener “patas cortas”.

HOY, ESTAR INTER-RELACIONADO, ES EQUIVALENTE A ESTAR INTER-CONECTADOS, O SEA: INTER-COMUNICADOS... no hay otra forma de hacer negocios. Entonces, **EL CLIENTE SATISFECHO es la FUENTE MÁS NOBLE** de nuestro ÉXITO GENUINO. Él, es el único autorizado legítimamente para **SOLIDIFICAR** la base de nuestro más puro **PRES-TIGIO!** Además, es nuestro mejor **EMBAJADOR...** y por si eso fuera poco, **GRATIS.**

Ecuación de la marca efectiva:

- TRAYECTORIA EXITOSA + ÉTICA + CUMPLIR PROMESAS + COMUNICACIÓN EFICAZ + SABER HACER (IDONEIDAD o “KNOW HOW”) + ESTUDIO PERMANENTE = MARCA PRESTIGIOSA.
- UNA MARCA SÓLO ES PRESTIGIOSA SI SIMBOLIZA Y REPRESENTA UN VALOR AGREGADO, O SEA, SI ES VALIOSA... y ESO REQUIERE RESPALDARSE EN LA GENUINA EXCELENCIA. Entonces, nuestro servicio, ¡AGREGÓ VALOR!

Y razonando por la inversa:

¿ALGUIEN PIENSA EN FORMA SENSATA, QUE EL PRESTIGIO DE UNA MARCA INDISCUTIBLEMENTE SUPERIOR (Ejemplo: FERRARI, ROLEX, etc.), ES PRODUCTO SÓLO DE UNA MUY BUENA PUBLICIDAD?... ¿No será que dichos productos ya eran muy buenos, y luego simplemente, se hicieron más conocidos (famosos)?

- La mayoría de los clientes (MIOPEs) buscan “BUENOS PRODUCTOS,” más que “BUENOS SERVICIOS.”

- POR ESO, no podemos seguir siendo meros INTER-MEDIARIOS, sino que, debemos asumir el protagonismo de ¡SER AUTÉNTICAMENTE PROFESIONALES-ASESORES!
- Porque los profesionales y los consultores, son imprescindibles, mientras que los intermediarios sobran: todo está hoy fácilmente a la mano (ejemplo: en redes “AMORFAS,” donde se ofrecen cambalaches: “la Biblia, junto al calefón”.

Y LA ÚNICA SOLUCIÓN (no queda otra): CAPACITARNOS PERMANENTEMENTE PARA SER ASESORES Y CONSULTORES (“MÉDICOS”)... Y DEJAR DE SER: SIMPLES “VENEDORES DE ASPIRINAS”.

Dicho de otra manera: ¿ALCANZA CON LA BELLEZA Y LA SIMPATÍA (de algunos/as modelos)Y DE SU SEX APPEAL? O, SE REQUIERE UNA GENUINA CREDIBILIDAD, PRODUCTO DE LA MÁS AUTÉNTICA EXCELENCIA? Respuesta: LA ÚNICA MAGIA EFECTIVA y DURADERA, ¡ES EL PROFESIONALISMO!

Elección de un “nicho” de mercado

Una pregunta clave que corresponde hacerse a esta altura es: ¿qué espectro de actuación desarrollará mi inmobiliaria? ¿seremos “generalista” (hacer de todo un poco), o especialista en un pequeño foco del servicio, o lugar, o tipo de producto?

Y la respuesta, puede ser múltiple, dependiendo de dos aspectos fundamentales: la filosofía empresarial y las capacidades del equipo humano. Claro que, hasta hace pocos años, también pesaba el enclave físico donde se ubicaba la empresa, cosa que hoy, por la globalización y la inmediatez de las comunicaciones, pasó a segundo plano.

Entonces, es diferente posicionar una MARCA de servicios generales, que otra, la cual sólo atiende a un pequeño sector. Ésta podrá afirmarse en la MICRO-ESPECIALIZACIÓN, mientras que la primera opción, deberá jerarquizar la amplitud de servicios “integrales” o menú de oferta completa. Entonces, la estrategia de difusión puede (y debe) cambiar en forma radical, en cada caso concreto.

Pero, atención: puede (y suele) suceder que, una marca pequeña, goce de mucho más prestigio y fama que una gran empresa... y que, entonces, logre gozar de un mayor éxito y posicionamiento... ¿Será quizás porque a los elefantes, no les gusta bailar?

Las dos caras de una buena marca:

A) SERIEDAD INTERNA: solidez en la gestión, por conocimientos idóneos y claridad ética. Estas fortalezas, harán PREFERIBLE nuestra empresa, por ser eficaz. Y los clientes, así nos elegirán. Generadora de auténtico PRESTIGIO.

B) POSITIVISMO EXTERNO: es la simple exteriorización de nuestra excelencia, para identificar y difundir el VALOR AGREGADO o PLUS que sabemos darle a nuestra gestión DIFERENCIADA: y la multiplicación amplificada, es la FAMA.

Por lo tanto, el proceso de difusión debe impulsar y difuminar nuestras bondades, para que se conozcan y reconozcan mejor, es decir, tener la función de CATAPULTAR, todo lo bueno que ya existe... Y éste, es un verdadero proceso continuo de RETRO-ALIMENTACIÓN. Ya que, la buena fama, puede generar recursos para el “MEJORAMIENTO CONTÍNUO” y luego, si éste es real, puede seguir impulsando y amplificando la BUENA FAMA...

No podemos correr el gran riesgo de “dormimos en los laureles”, es decir, una vez alcanzado un cierto tope deseable de ÉXITO y POSICIONAMIENTO, aflojar la calidad intrínseca (“MEJORA CONTÍNUA”). Esto sería desastroso y actuaría como boomerang.

- SERVICIOS TANGIBLES O AL MENOS, TANGIBILIZABLES (COMO PRODUCTOS)
- TRAYECTORIA Y PRESTIGIO BIEN GANADO
- EFICIENCIA Y EFICACIA Y EFECTIVIDAD
- LA EXCELENCIA COMO RELIGIÓN
- INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y FLEXIBILIDAD
- ÉTICA Y TRANSPARENCIA (HONESTIDAD)
- TRATO CORDIAL Y EMPÁTICO (RESPETO)
- Y luego, recién luego: DIFUSIÓN Y AMPLIFICACIÓN DE MÉRITOS

En suma: para forjar una buena marca:

- No alcanza con la creatividad del publicista/diseñador
- No alcanza con la genial idea de la forma, color, etc.
- No alcanza con un nombre atractivo y seductor
- No alcanza con gastar millones U\$S en publicidad, **SINO QUE ES INDISPENSABLE EL “ORGULLO DE PERTENENCIA”, o sea: EI INVOLUCRAMIENTO DE TODO EL PERSONAL.**

Y... Si no sabemos (o podemos) cumplir lo prometido, se nos caerá la estantería. Porque las malas noticias (nuestras falencias y fallas), cunden más rápidamente que nuestras virtudes... los errores, se amplifican 7 veces más: se VIRALIZAN.

Entonces, SE PUEDE DERRUMBAR en 1 minuto UNA MARCA QUE HABÍA SIDO MUY PRESTIGIOSA!! Es muy difícil mantenerse en la cima de la montaña. Pensemos en el ejemplo gráfico de una gran aerolínea de nivel mundial, hace 30 años, que hoy ya no existe: PAN-AMERICAN... ¡una catástrofe!

Debemos chequearnos, a diario auto-test de competitividad-idoneidad:

1. Qué hemos hecho de bueno y creativo en mi área (zona)?
2. Qué se conoce de lo que hemos hecho, efectivamente?
3. Qué autoridad, confianza y credibilidad tienen los que opinan acerca de nosotros?

4. A cuánta gente satisfizo nuestro trabajo?... ¿y a cuántos NO?... Y si lo podemos evaluar en porcentajes?
5. Nuestra gestión es realmente BUENA?... Quién la mide?
6. Qué VALORES y VENTAJA suelo aportar?... Soy ÉTICO?
7. Por qué nos PREFIEREN nuestros clientes (PRESTIGIO)?
8. Puedo mejorar mañana, lo que venía haciendo hasta hoy?

UNA GRANTAREA MÚLTIPLE e IMPRESCINDIBLE: la buena y acertada DIFUSIÓN

A) METODOS TRADICIONALES: boca a boca, cartelería (estática y dinámica), avisos gráficos (prensa, revista, clasificados), folletería, radio, T.V., correo (mailing), reportajes, eventos, conferencias, R.S.E., recordatorios, y los diversos sistemas de FIDELIZACIÓN al cliente.

B) PROPIOS DEL SIGLO XXI: WEB, redes sociales, portales, etc., que deben ser gerenciados por un “Community Manager”, para lograr el mejor POSICIONAMIENTO en INTERNET (es una VIDRIERA VIRTUAL, pero muy poderosa y sobre todo, muy EFECTIVA: ¡YA ES REAL!).

C) SUBLIMINAR: se puede sugerir la preferencia por una MARCA, en forma indirecta, sutil, pero no por ello, menos efectiva.

Fidelizar bien al cliente (satisfecho):

Algunos lectores suspicaces, estarán pensando que no quiero reconocer la eficacia de una buena campaña de promoción y/o publicitaria para imponer una marca... ¡Nada de eso! Personalmente, me resulta altamente conveniente, como complemento esencial. Simplemente creo enfáticamente que, para difundir algo como BUENO, eso debe ser, AUTÉNTICAMENTE BUENO, si no, estaríamos gastando "pólvora en chimangos".

El cliente genuinamente satisfecho, debe sentir una sana alegría por haber hecho un muy buen negocio, con y por nuestra intervención... Y lo recordará como un escenario MEMORABLE (porque le produjimos efectivamente un DELEITE).

Para ello, una vez terminada nuestra negociación, debemos saberle sembrar "ANCLAS AFECTIVAS"... a fin de FIDELIZAR su permanencia en nuestra "escudería".

Ésa es la más auténtica, mejor (y más barata) forma de posicionar nuestro NOMBRE como una MARCA sinónimo de EXCELENCIA INMOBILIARIA...claro que es muy lenta.

Forjar y difundir una buena MARCA, NOMBRE, GRIFA, LOGO... Es un proceso imprescindible (VITAL) en nuestro ramo, donde los clientes NOS ELIGEN, (y PREFIEREN) en función de la CONFIANZA QUE SIMBOLIZAMOS, es decir, según hayan sido los efectivos resultados anteriores (base de nuestro prestigio o fama).

POR ESO, lo más IMPORTANTE, SIGUE SIENDO: LA SERIEDAD ÉTICA y TÉCNICA

DE NUESTRO PROCEDER... esto es, la FORTALEZA INTRÍNSECA!
Y ESO, SÓLO SE LOGRA CONCRETANDO,
DÍA A DÍA, LA EXCELENCIA.



Queda algo por decir, más importante aún:

TODOS los agentes inmobiliarios serios y responsables, debemos procurar (antes y por encima de todo), impulsar, afirmar y difundir la jerarquía de nuestra "MARCA PLURAL" como GREMIO CREÍBLE, DIGNO, HONORABLE Y TÉCNICO... esto es: AUTÉNTICAMENTE PROFESIONAL, y por lo tanto, merecedor de la máxima y plena CONFIANZA y RESPETO. Por supuesto, por encima y antes de la MARCA de cada una de nuestras singulares empresas. Y cualquiera sea la Institución que nos cobije (es decir, a la que estemos afiliados).

Entonces, por ejemplo, nosotros deberíamos impulsar, cada día más y con fuerza contundente, el LOGO de la C.I.U., como un sinónimo elocuente de responsabilidad ética y del más genuino PROFESIONALISMO; una MARCA que simboliza claramente la EXCELENCIA INMOBILIARIA "PLURAL".

Esa es la principal "MARCA "PLURAL", la MARCA "MADRE o PADRE", la que nos protege y enaltece a todos; el mejor paraguas que, además, nos da PRESTIGIO y DEBE DARNOS RESPETO, CADA DÍA MÁS, POR PARTE DE TODA LA SOCIEDAD.

Dr. Alfredo Tortorella
altorto@hotmail.com

TAN CONTENTOS COMO VOS



No importa cuántas veces lo hayamos hecho,
ni siquiera si es una compra o un alquiler:
los socios C.I.U. siempre "vivimos" la alegría y la emoción
de quienes reciben las llaves de su vivienda nueva.
Costó tanto llegar!! Y nacen tantas esperanzas ese día!!
Es una suerte tener el honor de estar allí en ese momento,
cuando lo mejor para vos, es lo mejor para nosotros.



www.ciu.org.uy

CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA

UNA “FOTO” DE MI EMPRESA: ¿PUEDO MINIMIZAR LOS RIESGOS DE CONTINGENCIAS O RECLAMOS LABORALES?

Probablemente esta sea una pregunta que a diario se hagan muchos empresarios o comerciantes. Sin dudas que conocer la situación de la empresa respecto de los vínculos laborales resulta fundamental para prevenir reclamos o contingencias.

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



La dinámica de las relaciones laborales es un factor esencial en cualquier organización y ello conlleva riesgos potenciales, que de conocerse y detectarse a tiempo, posibilitarán que la empresa pueda tomar las medidas correctivas necesarias minimizando la probabilidad e impacto de los mismos. Muchas veces en el día a día se descuidan aspectos que por más simples que parezcan, pueden resultar determinantes ante una situación de conflicto.

Asimismo, ante el auge regulatorio, es prácticamente imposible que un empresario pueda estar al tanto de todas las normas que regulan su sector, razón por

la cual resulta conveniente “sacar una foto” de su empresa para ver la realidad de la misma a la luz de la normativa vigente.

La Auditoría Laboral

La auditoría laboral es una herramienta muy eficaz para efectuar un análisis y diagnóstico de la situación de la empresa y así detectar los potenciales riesgos existentes.

Es un proceso rápido y amigable que permite conocer a fondo y en detalle la situación respecto al manejo en las relaciones laborales.

Los aspectos generalmente auditados:

- Nivel de cumplimiento de obligaciones laborales, refiere fundamentalmente a la adecuación en la categorización de los trabajadores, el correcto pago de salarios, controles de horarios, descansos intermedios y descansos semanales, horas extras, goce y pago de licencias y cumplimiento de las normas específicas para cada grupo de actividad.
- Observancia de las formalidades de la documentación de control de trabajo, comprende la revisión de la planilla de control de trabajo, libro único de trabajo, recibos de salarios, legajos del personal, planes de licencia, pólizas de seguro de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, entre otros.
- Análisis de las tercerizaciones de servicios que

podieren tener repercusiones laborales directas o indirectas en el marco de las Leyes 18.099 y 18.245.

- Información sobre Consejo de Salarios con el análisis de la forma de aplicación de aumentos y otros beneficios del sector.
- Convenios colectivos o contratos multilaterales en vigencia.
- Manuales, reglamentos internos o políticas de gestión de RRHH, procedimientos disciplinarios, de seguridad y prevención, planes de carrera.

Estos aspectos enumerados con carácter meramente ilustrativos son algunos de los que se valoran a la hora de realizar una auditoría laboral, ya que en función de un adecuado control de estos puntos se pueden tomar decisiones con conocimiento real y administrar adecuadamente los riesgos de la actividad.

Una periódica revisión de su estado de situación permite realizar los correctivos que la dinámica de las relaciones laborales actuales impone a los operadores comerciales.

Por tanto, es una práctica profesional aconsejable “sacar un foto” de la empresa para conocer la realidad y prevenir contingencias que pueden ser administrables o evitables.

Lic. Fitzgerald Cantero Piali, Diputado
Vamos Uruguay, Partido Colorado

¿SABREMOS CUMPLIR!

¿Quién llamó a los buitres?

Uno de los mayores reconocimientos que tiene nuestro país en el mundo, es su larga tradición de honrar sus compromisos. Eso, que en momentos de tranquilidad puede no ser valorado, se dimensiona cuando la coyuntura es adversa. Lo vivimos cabalmente en la crisis de 2002. Y debemos reivindicarlo año a año, como si de una celebración se tratara.

Que las reglas de juego sean claras y estables, es fundamental para la atracción

de inversiones, tanto nacionales como extranjeras. Esas inversiones generan fuentes de trabajo, dinamizan el comercio y por ende nutren a la economía.

Cuando se instala una industria, o se establece un comercio, o se compra un inmueble, o hasta cuando se adquieren papeles de nuestra deuda, se le está inyectando al país capital y divisas que redundan en beneficio colectivo.

Cumplimos, a pesar de Tabaré Vázquez y el FMI

La salida a la brutal crisis de 2002 -la peor que recuerde nuestra historia- fue lógicamente muy trabajosa. Todos la recordamos. Para los que no lo hacen o quieren repasar algunos eventos, recomiendo Al borde del abismo. Uruguay y la gran crisis del 2002-2003 de Carlos Steneri. Se puede leer allí cómo se negoció con todos los acreedores del país y no se dejó de pagar.

Las presiones del Fondo Monetario Internacional (FMI) eran constantes. Antes del inicio de cualquier negociación, los funcionarios de ese organismo, exigían a los jerarcas uruguayos que se recorriera el default, único camino, según ellos. Querían que Uruguay hiciera lo mismo que Argentina, que había caído en cesación de pagos poco tiempo antes. Pero el gobierno de la época se mantuvo firme y buscó una salida negociada con sus acreedores.

Eran momentos muy duros, muy difíciles, en los que la unión del país era fundamental. Lamentablemente, el entonces líder de la oposición y a la postre presidente de la República, Tabaré Vázquez, pidió que el gobierno hiciera lo que mandaba el FMI. Lo que reclamaba Vázquez era, nada más y nada menos, que romper con ese noble valor que nos viene desde la fundación de nuestra República: saber cumplir.



Se negoció la salida, lenta pero exitosamente. Desde ese momento, hace más de una década, el Uruguay no ha parado de crecer.

El ejemplo argentino

Como acabo de señalar, Argentina siguió ese camino y las consecuencias persisten hasta hoy.

A los acreedores, denominados “fondos buitres”, por comprar bonos de países en quiebra a precios bajos, para luego especular por un mayor valor, se los enfrenta desde el discurso político. En esa lógica bien peronista de dividir las cosas en buenos y malos, con el agregado intelectual kirchnerista de Ernesto Laclau, el deudor pasa a ser víctima y el acreedor un victimario.

Seguramente algunos tenedores de esos bonos, no sean unos filántropos que piensen en el bienestar del pueblo antes de ver dónde ponen sus dólares. Pero ¿quiénes le permiten aterrizar por estos lares? ¿Quiénes se valieron de sus “dólares basura” para salir del paso? Esa maniquea visión de la izquierda

latinoamericana, inspirada en Las Venas Abiertas... de Galeano -aunque éste, tarde, ya está arrepentido de su macabro invento- persiste ahora en formato presidencial. El camino contrario recorrió Uruguay.

Buenos vecinos

Ese capital inconmensurable del Uruguay se pone en riesgo, cuando desde el actual gobierno, se respaldan los discursos de barricada argentinos para con los acreedores.

Si eso ya de por sí no es bueno, mucho peor es plantear en instituciones internacionales esa defensa absurda del

mal pagador. El presidente José Mujica promovió que los organismos sureños apoyen a Argentina en la contienda con quienes les debe. Hasta la Organización de Estados Americanos, devenida en organismo político unidireccional, se manifestó al respecto.

Que lo hayan hecho la Unasur, el Parlasur y hasta el Mercosur, nos resulta más comprensible. Llegamos al colmo de tener por 5 años prohibida la circulación de personas y bienes -elemento fundacional del Mercosur- en un paso fronterizo con Argentina, sin que ese organismo actuara, pero se hacen pomposas declaraciones políticas que no corresponden.

Todo porque la administración Mujica le sigue rindiendo pleitesías al kirchnerismo, a pesar de todas las consecuencias negativas que día a día nos traen sus decisiones.

Y después alguno se pregunta por ahí ¿por qué países serios como Chile no entran al Mercosur?

Mal precedente

Lo que han hecho los países vecinos con Argentina, es lo mismo que se puede hacer en un barrio: unirse a doña María que no honra su deuda con el almacenero, y acusar a éste de capitalista inhumano, por no seguir fiándole a la pobre viejita.

El precedente negativo que se genera para nuestro país es la mala señal que le damos a nuestros acreedores. A los extranjeros y a los uruguayos.

Si salimos corriendo a respaldar al incumplidor, al que no asume sus compromisos, estamos

dilapidando ese capital del que dábamos cuenta líneas arriba.

A este gobierno le quedan pocos meses. Con el respaldo de la ciudadanía, desde marzo de 2015, trabajaremos para fortalecer ese gran valor que siempre tuvimos los uruguayos, de cumplir con la palabra empeñada.

Para darle certezas a los trabajadores, a los empresarios, a los inversores, a doña María y al almacenero. Para que sigamos diciendo con orgullo:

¡Sabremos cumplir!

“Trabajaremos para fortalecer ese gran valor que siempre tuvimos los uruguayos, de cumplir con la palabra”

ARRIBA LAS MANOS

La mejor herramienta de regulación, concebida por todos los implicados en la intermediación inmobiliaria, hace ya mucho tiempo aguarda su aprobación: la **Ley de Operador Inmobiliario**.

Gran parte de los legisladores de todos los Partidos Políticos, han manifestado su voluntad de votarla.

En la Cámara Inmobiliaria Uruguaya estamos esperando su concreción, **porque es un tema de Interés General.**



www.ciu.org.uy

CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA



“Hacer nuestro trabajo bien un día puede ser suerte, hacerlo bien todos los días es garantía de calidad.”

Upostal
Uruguay más cerca

upostal.com.uy



Cartas / Facturas / Cadeterías / Paquetes / Mailing

Telefax (598) 22 010101*