



Ciudades

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

EL FUTURO DE LA VIVIENDA

LA MIRADA DE UNA ARQUITECTA

Dr. Álvaro Garcé:

Elecciones departamentales:
"un plebiscito" sobre 25 años.

Lucía Topolansky:

La Montevideo que queremos.
Claves del Proyecto que
queremos.

Dr. Ricardo Rachetti:

Meté un Cambio. Montevideo
conoció el impulso creativo y
transformador de sus habitantes.

¿INVERTIR o ARRENDAR?

Es necesario conocer los distintos momentos para comprar o vender un campo o una chacra, en cualquier lugar del país. Lo constante es que, cuando te acercas a una inmobiliaria CIU, se tiene la garantía que los miembros de la **CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA** ofrecen a sus clientes, basada en el respaldo de la preparación que les brinda la mayor organización profesional del país.

www.ciu.org.uy



CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA



CÁMARA
INMOBILIARIA
DE ROCHA



SUMARIO

- 2 Destacados
- 4 Editorial
- 6 El futuro de la Vivienda. Nota central
- 10 Dr. Álvaro Garcé. Elecciones departamentales:
un "plebiscito" sobre 25 años.
- 12 José Luis Pérez Collazo. El euro-dólar y las casas de lujo
- 14 Diego Borges. De la marca al branding
- 18 Dr. Ricardo Rachetti. Meté un cambio
- 21 Evento CIU
- 22 Dr. Alfredo Tortorella. MANUAL PRÁCTICO DE GESTIÓN
INMOBILIARIA: "Praxis de la Excelencia"
- 26 Lucía Topolansky. La Montevideo que queremos, claves del
proyecto que proponemos
- 28 HSBC. PAMPA: Una gran idea
- 32 Dr. Leandro Mestre. Nuevos beneficios para obtener
la residencia uruguaya
- 34 Esc. Aníbal Durán. Una vivienda digna redundo en
múltiples beneficios.
- 36 CNCS. Comercio y Servicios, Cierre del año 2014 y
Perspectivas 2015
- 40 Cra. Tania Robaina. Resoluciones del mes de marzo de 2015.
- 44 Arq. Aldo Lamorte. Italo uruguayos
- 46 Noticias del sector



CAMARA NACIONAL
DE COMERCIO Y
SERVICIOS DEL
URUGUAY

CIU

Presidente: Gabriel Conde

Vicepresidente: Luis Silveira

Secretario: Juan Pedro Molla

Prosecretario: Marcelo Nieto

Tesorero: Juan José Roisecco

Protesorero: Walter Garré

Directivos:

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

11 DR. ÁLVARO
GARCÉ

Elecciones departamentales:
"un plebiscito" sobre 25 años

26 LUCÍA
TOPOLANSKY

La Montevideo que
queremos. Claves del
Proyecto que queremos

15 LIC. DIEGO
BORGES

De la Marca al
Branding

34 ANÍBAL DURÁN
APPCU

Una vivienda digna redonda
en múltiples beneficios

18 DR. RICARDO
RACHETTI

Meté un cambio

43 VISA
CIU

Visanet Uruguay y la Cámara
Inmobiliaria Uruguaya firmaron
importante acuerdo

22 DR. ALFREDO
TORTORELLA

Manual Práctico de
Gestión Inmobiliaria:
"Práxis de la Excelencia"

44 ARQ. ALDO
LAMORTE

Italo Uruguayos-Elecciones.
Todos somos conscientes de
esa colectividad en nuestro país



74%
de los internautas
de Montevideo
busca trabajo en



¿Dónde vas a buscar tu próximo empleo?

Elegí Trabajo.Gallito.com.uy, más
de 3.000 Ofertas Laborales al mes.



CÁMARA
INMOBILIARIA
URUGUAYA



Gabriel Conde
Presidente CIU 2014 - 2017

Estimados Colegas de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Terminadas las vacaciones y con cambio de gobierno incluido podemos decir que ahora si estamos arrancando el año en nuestro país.

Como hemos dicho en anteriores oportunidades 2015 se plantea como un año con muchos desafíos. Sin embargo consideramos que los proyectos de nuestra Institución no solo no deben detenerse, sino en muchos casos deben potenciarse.

Entre nuestras promesas de campaña y objetivos estratégicos al frente de la institución, está el tema de la capacitación y formación de nuestros socios. En este sentido, queremos hacerles saber que durante este año nos proponemos hacer profundos cambios en el ICIU (instituto de capacitación de la cámara).

Así como lo hicimos en su momento con nuestra web, pretendemos dar un salto de calidad y llevarlo a un nuevo estándar en cuanto a contenido y rigurosidad académica. Consideramos que como una institución madura y consolidada debemos dar este paso, de cara al futuro de lo que será la actividad en los próximos años.

Por otro lado queremos muy especialmente darle la bienvenida a los nuevos socios que hoy forman parte de la CIU. Como muchos de ustedes recordarán otro de nuestros objetivos estratégicos era crecer en cantidad de integrantes.

Hoy podemos orgullosamente decirles que como fruto de una campaña de socios que se llevó adelante el año pasado en Montevideo, nuestra institución creció en más de un 20%. Por lo tanto, hoy somos más, hoy contamos con más socios CIU e integrantes de esta gran familia.

Pero esto no termina acá, siempre hemos pensado que una Institución es realmente grande e importante, cuando tiene representación y una activa participación en el interior del país. Por eso durante el mes de Abril se va a estar iniciando la segunda etapa de esta campaña, concentrándose esta vez en el interior, la que esperamos tenga un gran impacto.

Durante este año van a escuchar hablar de la CIU y de nosotros los colegas de la Comisión Directiva, bastante seguido. Esto es porque vamos a consolidar y cristalizar una serie de proyectos en los que se ha venido trabajando, desde el año pasado y en algún caso en particular desde más atrás aún.

Alguno ya es conocido por ustedes, pero hay varias cosas nuevas en ciernes. Parecerá talvez que muchas cosas pasan este año, pero créanme que lo que van a ver en el correr de los meses, es el fruto del trabajo del gran equipo con el que tengo el inmenso placer y honor de trabajar.

Colegas como ustedes, que enfrentan el mismo día a día y con los mismos problemas, que ustedes; pero que han decidido ponerse la número 5 de la CIU y salir a la cancha a pelearla en beneficio de todos.

Un saludo para ellos, para ustedes y otra vez más les damos la bienvenida a los nuevos integrantes de la CIU.

Abrazo, Gabriel Conde.

LA VIVIENDA DEL FUTURO

La mirada de una arquitecta

Una de las primeras designaciones del presidente Tabaré Vázquez fue la de su ministra de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente. La responsabilidad recayó en una mujer que ya en el primer gobierno del Frente Amplio había cumplido entre otras cosas con la última etapa de la reconstrucción del Auditorio Nacional Adela Reta. Eneida De León, se confiesa además como una ferviente admiradora del ballet. Arquitecta de profesión estuvo al frente de importantes proyectos, como la reapertura del Teatro Solís o la inauguración del Edificio Mercosur. Asumió además la presidencia del Consejo Directivo del SODRE.



Eneida es hoy la ministra de Vivienda. Es que, en la esfera privada trabajó en estudios y empresas grandes y proyectó y dirigió obras. Trabajó como arquitecta en la Dirección Nacional de Arquitectura del MTOP y cumplió funciones en la Corporación Nacional para el Desarrollo, coordinando proyectos.

Tendrá a su cargo la aplicación de las políticas que en la materia ha diseñado el Frente Amplio, cuyo programa de gobierno establece entre otras cosas:

- Eliminar las situaciones de emergencia habitacional. Para ello se profundizarán y perfeccionarán los mecanismos ya existentes y se crearán otros que sean necesarios.
- Se incluirá el Plan Juntos y el Programa de Mejoramiento de Barrios en el Plan Quinquenal de Vivienda.
- Aplicar con rigor todas las políticas necesarias para actuar sobre el stock existente de viviendas vacías y terrenos baldíos.
- Se elevará el tope de ingresos para acceder a créditos.
- Se ampliarán las líneas para refacción y mejoramiento de vivienda.
- Se dispondrá de una línea de créditos bvlancos paa refaccionalr viviendas paa alquilar, con compromiso de arrendamiento antes del año.
- Se cuantificará con periodicidad el stock de viviendas vacías, no de uso temporal, a los efectos de implementar las medidas correctivas que se estimen pertinentes.
- Se dará especial prioridad a los programas de reciclaje de viviendas y otros edificios para la producción de nuevas unidades habitacionales de interés social
- Se extenderá el sistema de garantías actualmente existente.
- Se foralecerá el sistema de financiamiento público, mediante créditos y subsidios para posi-

bilitar el acceso a la vivienda de los sectores de población de menores recursos.

- Se fortalecerá el Fondo Nacional de Vivienda y Urbanización, con fondos esta bles que permitan planificar a largo plazo.
- Se utilizará el ahorro público y privado, mediante emisión de títulos para el financiamiento de la vivienda.
- Se fomentará el ahorro para vivienda como una de las b ases para la obtención de crédito público, salvo para sectores de bajos ingresos.
- Se establecerá un sistema de alquiler con opción a compra, para la franja de población que tiene capacidad de pago sin subsidio pero no de ahorro mientras paga alquiler.
- Se hará una revisión de la forma de cálculo del ajuste de las cuotas, para evitgar que las mismas superen la capacidad de pago de los deudores y estos caigan en morosidad.
- Se otorgará financiamiento para acceder a cupos libres de cooperqativas de usuarios.

La secretaria de Estado ha dicho varias veces que llevará a cabo las políticas que, entre otras, acabamos de reseñar.

Apoyará su gestión entre o cuatro bastiones: el Plan Juntos, la Ley de Vivienda Social, la emergencia habitacional y el acceso cada vez más universal a las soluciones habitacionales.

Claro. No será sencillo. Porque no es solo una ministra de Vivienda. También lo es de ordenamiento territorial y medio ambiente. Y precisamente por

éste último tema ha debido estar en el candelero en estos días como consecuencia del mal olor y gusto que tiene el agua en Maldonado.

Un tema que no tiene absolutamente nada que ver con la vivienda pero que tal vez sea mucho más urgente. Y si no que lo digan los habitantes de Maldonado. Al menos tendrán un premio: no pagarán el agua mientras tenga mal gusto.

Sea como sea, la flamante ministra de Vivienda tiene por delante un gran desafío: cumplir con varias promesas electorales, algunas de las cuales ya se habian hecho cuando el primer gobierno de Vázquez. El tiempo dirá

• Ofertas Exclusivas Destacadas •



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

Beneficios especiales
para socios CIU

Consulte su asesor
o llame al 131



Audiencia:

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



READERSHIP

Cada ejemplar tiene un promedio de 2.8 lecturas



AUDIENCIA - GALLITO.COM / INMUEBLES

Edición impresa: 1.000.000 de lecturas mensuales

EDICIÓN DIGITAL:

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

más audiencia, mejores resultados.



EL PAIS
PRIMERO SIEMPRE

Dr. Álvaro Garcé
Candidato a la Intendencia, Partido Nacional

ELECCIONES DEPARTAMENTALES: UN “PLEBISCITO” SOBRE 25 AÑOS

El próximo 10 de mayo elegiremos en Montevideo un intendente, 31 ediles, 8 alcaldes, y decenas de concejales. En verdad, ese día habrá algo mucho más importante en juego: tendremos la posibilidad de decir “sí” o “no” a un ciclo de veinticinco años de gestión en la capital.

Quienes estén conformes, consideren que la ciudad está limpia, iluminada, con buen transporte, y, en general, creen que son buenos los servicios que reciben por los impuestos que pagan, deberían votar por cualquiera de los candidatos del Frente Amplio (FA).

Cualquiera de ellos hará más de lo mismo. Por el contrario, aquellos que piensen que, al cabo de un cuarto de siglo, la gestión en Montevideo no ha sido buena y que ha llegado el momento del cambio, deberían apoyar nuestra propuesta.

La misma se resume en dos palabras, “cambiamos todo”: la transformación en Montevideo debe ser total, desde las raíces. El nuestro será un cambio de 180 grados; el que promete el FA sería de 360 grados, es decir, por sexta vez el mismo enfoque que en los cinco períodos anteriores.

¿Por qué creer que el FA hará ahora lo que no ha cumplido en 25 años? Desde 1990 se ha prometido una y otra vez la solución al problema de la basura, el subte, cisnes en el Miguelete, etc. ¿Qué se ha hecho? El “trancador Garzón” y poca cosa más.

Para peor, en los últimos tres períodos, la conducción del gobierno en la capital se fue trasladando desde la Intendencia hacia la mesa política del FA. Es este órgano el que realmente ha conducido a la Intendencia, hoy determina si los candidatos debaten o no, y en un eventual nuevo gobierno decidirá las cuestiones fundamentales, por ejemplo, el aumento de los impuestos.

A todo esto, se suma el “cogobierno” de Adeom en la IMM. La claudicación empezó cuando un intendente dijo, hace más de una década, “con los muchachos no puedo”. Desde ese momento, por omisión o para comprar paz sindical, los sucesivos gobiernos de Montevideo fueron cediendo terreno. El resultado es conocido: el sindicato tiene un poder de veto que ha jaqueado a las últimas administraciones, impidiendo cualquier transformación importante.

En tales condiciones, el FA no ha podido gobernar dentro de la Intendencia y, en consecuencia, tampoco ha podido hacerlo en el Departamento. Basta recorrer los barrios para comprobar que existen espacios sin ley, es decir, zonas enteras donde las normas no se aplican. Allí no hay servicios básicos (alumbrado, limpieza), ni control de tránsito, ni ordenamiento territorial.

Por ejemplo, Punta Espinillo es un “far west” donde la recolección de residuos se hace una vez por semana -siempre y cuando se cumpla el recorrido-; en los asentamientos, que son muchos más que en 1990, cada mañana los niños salen hacia las escuelas a oscuras, por sendas intransitables y en medio de aguas servidas. En la zona costera, los vecinos pagan impuestos siderales pero no reciben, en contrapartida, una mínima parte de lo que pagan.



El FA ofrece un “cambio,” bajo el argumento falaz de la elección interna. Este hábil recurso pretende canalizar hacia adentro el descontento, cuya existencia y magnitud preocupa a una dirigencia que a cualquier costo -incluyendo insultos y agresiones a los adversarios- se esfuerza en retener el poder en Montevideo.

El planteo “vote A para que no gane B” es una trampa: sin los votos de un candidato el otro no podría ganar. La razón es muy sencilla: bajo el mismo programa y compartiendo suplentes, los candidatos y las agrupaciones suman sus votos. La única forma que el elector desconforme tiene para asegurarse que no gane un candidato del FA es no votar ni por candidato que considera menos malo, ni por el otro, cuya gestión teme.

Saliendo de la lógica del voto útil, también evita premiar a la maquinaria a la que pretende contener: dar con su voto más poder y más votos en la Junta Departamental al FA no es el camino del cambio, sino, precisamente, el recorrido inverso. Con mayorías especiales -si ese fuera el caso- el partido de gobierno podría aumentar la contribución, aumentar el clientelismo, o bloquear en la Junta Departamental, con comodidad, cualquier iniciativa de la oposición; en ese escenario los “muchachos” de Adeom seguramente estarían encantados.

No deje pasar la oportunidad. Llegó el momento de cambiar a fondo nuestro Departamento.



EL EURO-DÓLAR Y LAS CASAS DE LUJO

José Luis Pérez Collazo
Corresponsal España



Debido al ajuste de precios y la depreciación de la divisa europea frente al dólar y la libra, el mercado inmobiliario español está atrayendo a compradores extranjeros que buscan viviendas de alto standing. Las inmobiliarias españolas que trabajan este segmento ya han experimentado un aumento de la demanda de ingleses, estadounidenses y suizos en los primeros meses del año.

Las ciudades con más movimiento de operaciones de viviendas de gama alta, siguen siendo Madrid y Barcelona, y en zonas turísticas la Costa del Sol, la Costa Brava o las islas Baleares. Localizaciones en las que la

demanda de este tipo de inmuebles no deja de crecer desde que los compradores percibieron el ajuste de los precios.

Todo indica que los mercados económicos internacionales van a ser un factor decisivo para la adquisición de residencias exclusivas en España durante 2015, de media los precios están un 40% por debajo de las cifras de 2007 y se prevé una recuperación lenta y constante. El mensaje que se transmite es que ahora es el momento adecuado para invertir.

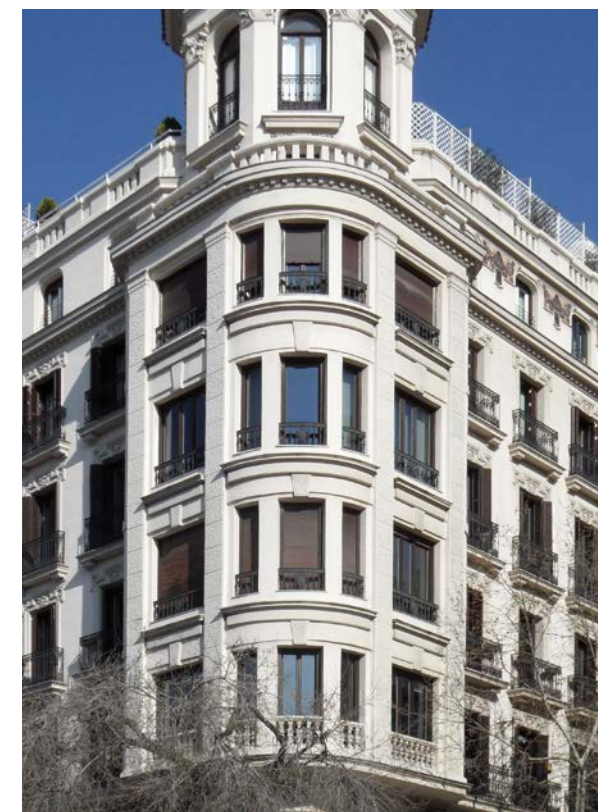
En este mes se han publicado las cifras de viviendas que fueron a parar a manos de ciudadanos no residentes en España, en el año 2014 fueron 4.400 viviendas y supone un aumento del 7% respecto a la cifra de 2013 y un 22% más que en 2012.

Ciudades como Madrid y Barcelona, siguen siendo lugares con los precios más razonables de Europa, con un potencial de crecimiento alto. Todo hace pensar que los precios a lo largo de 2015, permanecerán estables, hay una sensación generalizada en todo el sector inmobiliario y financiero, de que el mercado ha tocado fondo.

Como ejemplo la zona centro de la ciudad de Madrid, tuvo los últimos ajustes importantes de precios en el tercer trimestre de 2013, y desde entonces se han estabilizado, cerrando 2014 con un coste medio de 3.300 euros por metro cuadrado.

En lugares de costa como puede ser la Costa del Sol, durante el año pasado la inversión extranjera llegó a representar el 35% del total del mercado, frente al 12% de 2010. La inversión procede principalmente de Reino Unido (22%) y Estados Unidos (9%), países que se sitúan por delante de Países Bajos, Bélgica y Suecia.

Sobre los cambios que se observan en el perfil de este segmento de compradores, ha evolucionado desde jubilados británicos y escandinavos a un comprador



más joven y dinámico que está más orientado hacia la calidad y la moda. La media de edad de los demandantes ha disminuido a entre 45 y 50 años de edad y valoran, fundamentalmente, aspectos como la calidad, el estilo, la accesibilidad, los servicios, la seguridad y la privacidad.

En el caso de referimos al comprador español de viviendas de alto standing, este no ha sido ajeno a estos años de estancamiento en la actividad inmobiliaria, debido principalmente, a tres factores, en primer lugar: la financiación. Aunque el comprador tenga dinero y quiera comprar, casi siempre prefiere financiar y la falta de crédito por parte de la banca también les ha afectado, como a tantos otros particulares. Por otro lado, hasta que no han visto que realmente los precios han tocado suelo, no se han decidido a comprar. Es decir, mientras tenían la percepción de que los precios seguían cayendo, preferían esperar. Y por último, el lujo es un activo de inversión y, hasta hace no mucho, España no daba la seguridad suficiente para invertir.

DE LA MARCA AL BRANDING

Hace unos días invitado por la revista de la Asociación Rural del Uruguay, escribí un artículo en relación al tema MARCA en su sector de actividad. Al prepararlo, consideré también su efecto sobre el mercado inmobiliario y aquí van algunas de mis apreciaciones.



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.

El concepto de marca, como símbolo identificador y diferenciador, nació hace más de 5.000 años, precisamente en la acción de marcar al ganado, de la cual se tienen registros desde el antiguo Egipto. Desde esos tiempos hasta hoy, está claro que la invasión de las marcas no ha respetado fronteras ni segmentos, creando un mundo simbólico y económico que hubiera sido otrora un buen argumento para un libro de ciencia ficción.

Sin embargo ese mundo (este mundo), no se creó solo, requirió de un proceso en algunos casos más y

otros menos planificado que redundó en un enorme valor agregado a todo tipo de empresa que se haya preocupado por invertir en ellas. Sobradas pruebas hay en el mercado mundial, para afirmar que las acciones de desarrollo y construcción de marcas, para su posicionamiento (aquello que llamamos BRANDING), genera valor en todo segmento de productos y servicios, ya sea que se dirijan a personas o empresas.

Como para muestra basta un botón, voy a hacer referencia aquí al informe Directory of Brand Equity, de la firma internacional Corebrand, que analiza la incidencia real de la marca en el valor de mercado de las 1000 firmas más importantes del mundo. Sector industrial por sector industrial, las marcas muestran su incidencia positiva, creando millones de dólares en valor de mercado para todo tipo de compañía, a través de una sobrevaluación debida a la marca que promedia el 7% y se mueve en un rango que va del 1% al increíble 20%. (Fig.1) Al acercar el asunto a nuestro País y al sector inmobiliario, tenemos ejemplos dignos de seguir, tanto en la construcción de marcas



Fig. 1. Análisis del valor de mercado asignado a las marcas en 8 sectores industriales.

de emprendimientos, barrios o balnearios, intermedarios, profesionales y todos quienes se vinculan al área. En la mayoría de los casos, este valor de marca adquirido no ha sido casualidad, ha sido fruto de una acción premeditada de construcción de marca: aquello que denominamos BRANDING.

Algunas definiciones básicas

El posicionamiento es el lugar que la marca ocupa en la mente de los compradores y consumidores. La marca es el objeto real y abstracto, que comienza en el nombre y sus símbolos y construye su contrapartida sobre un set de atributos asociados: calidad, rendimiento de la inversión, seguridad o los atributos específicos que se deseen vincular. El valor de marca es la diferencia que la marca crea en los movimientos comerciales y económicos de la empresa o productos que identifica, diferencia y representa. Y dicho valor, no se desarrolla por sí mismo (o lo hace dentro de ciertos límites minimizando su potencial); hacer crecer el valor de marca de una empresa, un emprendimiento o ambas, incluso asociadas a un territorio o un país, es una tarea continua y de largo plazo que se debe trabajar desde el branding: el conjunto de acciones que construyen posicionamiento.

¿Cómo hacemos branding?

La marca es un símbolo que se trasciende a sí mismo. Comienza en el nombre y sus representaciones gráficas, pero eso es solo el primer paso, la punta del iceberg, la expresión más tangible de los significados envueltos dentro de esta piel, de colores y formas, acompañada o no de un ícono representado por letras o símbolos más o menos únicos. La marca comienza por tanto en la construcción de sus aspectos gráficos, que trascienden a su nombre y se expanden, porque no, hasta el color de la pintura de la oficina, el color de los vehículos, de las camisas y hasta en la forma que contestamos el teléfono y las tarjetas que utilizamos para presentarnos. Todo construye marca, la inclusión

de los símbolos marcarios “hasta en la sopa” (o en las cucharas y tazas de café), es un primer imperativo.

El branding bien entendido, comienza por casa.

Siguiendo el ejemplo de los ejércitos, con sus identificaciones y símbolos, marcas como McDonald’s, logran que sus soldados de la hamburguesa se pongan día a día las armaduras llenas de símbolos y las adornen con estrellas que marcan sus logros en el diario batallar en pos de la satisfacción de los consumidores. Es de una marca como esta que tenemos que aprender que nuestra gente y los equipos que están puertas adentro de la empresa, deben embanderarse con la marca, sentirla, tocarla, experimentarla y compartirla, para construir una primer infantería de comunicación que crea un elemento muy importante de las marcas, su alma. El alma de las marcas es la gente que trabaja con ellas, para ellas, de ellas. Es este misticismo el que se ha plasmado en trabajos tan extremos como el famoso libro: “Dios, Patria y Coca-Cola”.

Sabido es que no vivimos tiempos fáciles para el logro y mantenimiento del compromiso de la gente con sus trabajos; la marca es un emblema que representa a la organización y, vestirla, literalmente, envuelve de un halo común a todos quienes la integran. Y: ¿si nosotros no, quiénes? Por eso, repetimos, trabaje la marca en forma interna, vístala y vista, cálcela y calce, embandérese y embandere. Porque el hábito no hace al monje...pero lo conserva.

Quien se queda siempre en casa, muere en casa

Pero pobres de nosotros si creyésemos que con ese esfuerzo basta. Nada más lejos de la verdad. Las marcas nacieron para trascender, para abrir de par en par la puerta de las empresas y expandirse abriendo paso a los éxitos comerciales y al valor agregado, penetrando día a día un poco más en los decisores y en

quienes los influyen. La marca no nació para la soledad, sino para la multitud o el deseo de esta (porque no todas las marcas son, realmente, para todos). Por eso, abra la puerta y dele impulso a su marca, lo que significa energía, que significa inversión, que significa presupuesto y gestión.

Gestión de marca

Si en estos casi 20 años de gestión de marcas he aprendido algo, es que el presupuesto es importante, pero más importante es la gestión de la marca. De nada valen millones mal dirigidos y de mucho valen unos cuantos pesos bien gestionados. Dirija sus esfuerzos, trace un objetivo y una estrategia. Piense como marca, luego exista como tal. Es decir, piense donde quiere que su marca esté, qué quiere que su marca signifique, cómo quiere que la vean. Luego, trabaje para que eso ocurra. Si quiere que su marca signifique trabajo profesional, vístase como un profesional, luzca y haga que luzca su empresa como un entorno profesional. Si quiere que su marca se vea como cercana y servicial, haga de la cultura del servicio y la cercanía al mercado un eje central del accionar de su empresa. Eso construye marca, las acciones dirigidas consecuentemente hacia un fin. El posicionamiento que hoy tiene su empresa no es otro que el que ha construido. Si no le gusta lo que el mercado piensa de su marca, lo lamento, pero es el resultado de sus acciones. Piénselo bien antes de tratar de corregir, porque a veces es más barato comenzar de cero.

Comunicación, comunicación, comunicación

Al parecer, la tríada mujiquesca también puede ser aplicada aquí, cuando por obvio, llegamos al final con la premisa básica de la construcción de marcas. El branding es básicamente una tarea de comunicación. Comunicación de puertas adentro y de puertas afuera, comunicación para los decisores y quienes los influyen, porque los procesos de decisión inmobiliarios

son, casi siempre “colegiados”, aunque en el colegio no todos tengan el mismo peso. Simplemente comuniqué.

Los resultados están a la vista

Los resultados de las acciones de construcción de marca están más que a la vista. Porque es importante para los consumidores, comprar marcas en las que puedan confiar y al final del camino, cuando usted y su cliente se encuentren cara a cara, el símbolo que enmarque ese encuentro, será, en buena parte el promotor de la confianza, que es la verdadera y final promesa de la marca: ser su marca de confianza.

Lic. Diego Borges
Director
De la Bahía – Inteligencia Estratégica
dborges@delabahia.com.uy
www.delabahia.com.uy

Dr. Ricardo Rachetti
Candidato a Intendente, Partido Colorado

METÉ UN CAMBIO

Montevideo conoció el impulso creativo y transformador de sus habitantes. Fueron los años de “la Tacita de Plata.” Y fueron —¿será necesario recordarlo?— los años en que el Partido Colorado gobernó el Departamento.

Basta recorrer los principales hitos urbanos (ramblas, parques, plazas, monumentos, avenidas, etc.) para advertir que la inmensa mayoría de los mismos fueron el resultado de una estrategia de transformación llevada a cabo por el Partido Colorado desde el gobierno departamental —reflejo de una estrategia análoga llevada a cabo por los

gobiernos nacionales— que conjugó el esfuerzo público con el privado, estimulando la energía creativa de los montevideanos. No en balde el primer suplente de la candidata frenteamplista Lucía Topolansky, el sociólogo Gustavo Leal, ha reconocido esa incuestionable verdad histórica: *“Montevideo tiene la marca del Batllismo. Batlle y Ordóñez imaginó la ciudad modelo para un país modelo.”*

Lamentablemente, aquél formidable empuje ya no está presente. Hace 25 años que la ciudad se congeló y el deterioro urbano rompe los ojos.

La basura se acumula en todos lados; persisten cerca de 200 basurales endémicos aún después de 25 años en el poder; ahora también proliferan los microbasurales, especialmente alrededor de los contenedores.

El tránsito es caótico, desordenado, con ocurrencia de accidentes gravísimos que no son comunes en capitales que pretenden una calidad de vida para su población en estándares de aceptación mundial.

El transporte público es lento, ineficiente, caro, con unidades donde la limpieza brilla por su ausencia y son altamente contaminantes, además de la carencia de confort.

Los pavimentos están deteriorados, las veredas son un desastre, muchas fachadas de casas y edificios muestran signos de vetustez y abandono.

Muchas plazas, parques y monumentos públicos presentan un estado deplorable, fruto de la desidia oficial y el vandalismo que ésta induce.

La falta de alumbrado público contribuye con la proliferación de la delincuencia.

Y ese deterioro generalizado se da en el marco de una Intendencia que recauda en forma insaciable. El presupuesto departamental, antes de ingresar a su cargo el Dr. Tabaré Vázquez, primer



intendente frentista de Montevideo, era de U\$S 85 millones: hoy es de U\$S 635 (dato 2013). El endeudamiento corriente de la Intendencia asciende a U\$S 212 millones y el financiero a U\$S 259,4 millones (dato 2013).

Como si ello no fuera suficiente, el programa del oficialismo propone el reaforo de las propiedades de Montevideo, que supondrá un incremento promedio del 40% en la Contribución Inmobiliaria, desatando incrementos en cascada de otros impuestos, tanto departamentales como nacionales, y dificultando aún más el acceso a la vivienda, ya fuere por la vía de la compra como del alquiler.

Es hora de que Montevideo recupere su audacia, su capacidad de liderar el país —honrando su capitalidad—, de desarrollar un proceso de mejora continua, con capacidad de imaginar y anticipar. Para ello es necesario una administración sana, transparente, moderna y eficiente, en donde la Intendencia, además de proyectar, concrete obras racionales, perfeccione los servicios a su cargo y alcance a todos sus habitantes, especialmente a

los sectores socialmente más vulnerables, sin exclusiones.

Por eso, entre muchas otras propuestas contenidas en nuestro programa, lo siguiente:

Auditoría, para saber dónde estamos parados y cómo gasta la Intendencia cada peso de los montevideanos, algo que es imposible de saber con las rendiciones de cuentas que presenta a la Junta Departamental.

Inventario, para saber qué bienes había y cuáles hay ahora. ¿Cuántas obras de arte, por ejemplo, han desaparecido o se han extraviado? ¿Por dónde andará “Las lavanderas” de Figari...?

Recolección de residuos todos los días y supresión de la clasificación de residuos en la vía pública, involucrando a los clasificadores en el diseño de la solución definitiva. Una ciudad limpia invita a ser cuidada.

Vamos a llevar el boleto a \$ 18 porque es de estricta justicia como política social de la Intendencia. La paramétrica con que tanto insisten encubre la ineficiencia de las empresas. La Intendencia tiene derecho a conocer la verdadera estructura de costos de éstas para, de ese modo, reducirlos. Y si hay que incrementar el subsidio, se hará.

Vamos a reducir drásticamente los cargos de confianza. Hace 25 años que la Intendencia es tomada como un botín electoral por el Frente Amplio, inventando cargos, asesores, secretarios, para repartir políticamente entre los sectores del FA.

La Intendencia puede ayudar y mucho en la seguridad de todos los montevideanos. Además de la Oficina de Monitoreo Departamental que proyectamos crear, incrementaremos en un 50% la ilu-

minación pública en este quinquenio. Y lo vamos a hacer utilizando luminarias de última generación, con tecnología LED, más eficaces y más baratas.

Hay que completar el Plan de Saneamiento hasta llegar al 100% del área urbana e implementar un plan de urgencia para la recuperación de la infraestructura antigua del saneamiento (la pionera Red Arteaga) con riesgo de colapso. Y llevar a cabo otra auditoría: la del emisario subacuático de Punta Carretas, al cual el BSE se ha negado renovar el seguro. ¿Cuán lejos estamos de un colapso ambiental?

Reitero: estas son apenas algunas de nuestras propuestas. De lo que se trata es de recuperar aquel impulso transformador, de restaurar la transparencia republicana en la gestión y, en definitiva, de volver a sentirnos orgullosos de Montevideo.

Lo mejor está por venir. Animate, meté un cambio.

EL FUTURO MONTEVIDEO: PROYECTOS Y PROPUESTAS PARA LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU) con el apoyo de El Libro de los Clasificados de El País, convocó a todos los candidatos a la Intendencia de Montevideo a realizar una exposición sobre lo que proyectan para los próximos cinco años en caso de ser gobierno.

Tres candidatos aceptaron la propuesta y pudieron estar presentes. Fue así que se realizó el evento “El Futuro Montevideo: Proyectos y Propuestas para los próximos cinco años” en la Cámara de Comercio, donde el Ing. Daniel Martínez, el Dr. Álvaro Garcé y el Dr. Ricardo Rachetti, expusieron sus propuestas y proyectos en caso de ser gobierno municipal por el período 2015-2020.



MANUAL PRÁCTICO DE GESTIÓN INMOBILIARIA: “PRAXIS DE LA EXCELENCIA”

Dr. Alfredo Tortorella

Director académico del ICIU

altorto@hotmail.com



Auspiciado por la Cámara Inmobiliaria Uruguay (CIU), se encuentra en imprenta el próximo libro del Dr. TORTORELLA, columnista permanente y ex Redactor Responsable de esta Revista (desde el 2001 y hasta el 2014), amén de Director Académico del I.C.I.U. Será el tercero de su cosecha, luego de “El arte-ético de vender mejor” (2005) y “Venta Inmobiliaria Profesional” (2011), ambos agotados a los 3 años de sus respectivas ediciones y muy difundidos también por Argentina.

Éste se trata de un **MANUAL PRÁCTICO**, que recoge reflexiones de sus treinta años de experiencia en el Mercado y de 20 en la docencia activa. Sus 22 Capítulos analizan diversas cuestiones de alto interés para quienes ya trabajan en la actividad inmobiliaria y para quienes quieran comenzar a hacerlo, con mejores perspectivas. Esto es, **aporta herramientas pragmáticas**, además de reflexiones.

Será otro esfuerzo por **profesionalizar aún más el Sector**, esta vez, desde el ángulo de la gestión prácti-

ca cotidiana. Su foco es abordar lo que está bien (para seguir haciéndolo, un poco mejor), y sobre todo, lo que está mal (y deberíamos ya cambiarlo), para mejorar. **He allí su valiente y valioso valor agregado.** Además, ha convocado a más de **30 colaboradores** (entre ellos una decena de argentinos), que sumarán sus ilustres aportes a este completo Manual. Casi todos están incluidos en el voluminoso APÉNDICE o TERCERA PARTE del libro; otros, se insertan en los diversos Capítulos.

En el próximo mes de Mayo (en fecha a determinar), nuestros lectores, recibirán la invitación correspondiente para asistir a su lanzamiento. Cuenta con el auspicio de la U.T.U., por considerarlo un libro de texto para la Carrera Oficial Terciaria del Operador Inmobiliario.

Como adelanto, reproducimos unos párrafos de su INTRODUCCIÓN:

“Con este nuevo libro, pretendo aportar **camino más concretos** (al menos, algunos), producto de la práctica decantada de 30 años de ejercicio de la Profesión de Operador o Agente Inmobiliario, en Montevideo. No para imponerlas como únicas soluciones válidas, sino para compartirlas. Y por supuesto que, les invito desde ya a discrepar con ellas, abierta y legítimamente. Pese a dicha experiencia, y a tantos años de estudio (y de docencia), aún tengo algunas dudas (por suerte!). Y también las someto a vuestro veredicto y eventual crítica.

No soy el dueño de la verdad, sino acaso un intérprete de ella. Quien actúa con soberbia y arrogancia, tiene alas cortas, además de ser egoísta.

La docencia noble, no se impone verticalmente.

Antes de seguir, debo aclarar que este libro, por pretender ser PRÁCTICO, parecería que no tiene validez general, sino circunscripto a nuestro país. Nace desde el Uruguay y es para los uruguayos, pero, sin embargo, **en su gran mayoría (quizás más del 70 %), contiene conceptos y razonamientos que pueden ser válidos para otros países de la Región.** Cada uno de éstos, están atravesando diversas coyunturas y distintos niveles o estadios de evolución en nuestro tema, ya que los Mercados de hoy son muy dinámicos y cambiantes. Entonces, lógicamente, se deberá “traducir” y adaptar a la etapa actual de cada uno. Porque, cada País tiene su propia terminología, usos y costumbres y también una peculiar legislación e idiosincrasia. **Pero en esencia, no cambia mucho el núcleo de nuestra gestión cotidiana...Y los clientes, a veces (en pequeñas dosis), hasta son los mismos, que van buscando su mejor inversión.”**

El negocio inmobiliario no es precisamente especulación teórica (ni discurso abstracto), sino básicamente ACCIÓN!

“Entonces, eduquemos para la acción, para ser más efectivos y consagrar en la **PRAXIS** el tan manido (y a veces, manoseado) principio de la **EXCELENCIA**. Ésta contiene una doble vertiente: por un lado, brindarle al cliente un servicio de alta calidad e idoneidad (y con concretos resultados beneficiosos), y por otro: accionar para que nuestro negocio resulte más rentable, económicamente...es decir, para desa-

rollarnos y prosperar. Entonces, encontramos allí la doble y plena justificación del por qué debemos encaminarnos hacia las buenas acciones, cada día más positivas y efectivas, siempre que apostemos al futuro!

En mis clases, repito que: **“mi verdadero negocio debe ser: HACERLE HACER EL MEJOR NEGOCIO POSIBLE A MIS CLIENTES”**... Consagrándose así el justo y humanista principio ético **“GANAR-GANAR,”** que los sajones llaman **“WIN-WIN”**.

Muchas cosas se hacen bien y entonces, debemos conocerlas al dedillo para seguir aplicándolas y quizás, mejorarlas en algo. Pero, hay muchas otras que se hacen **“viciosamente,”** en una maraña de defectuosa **“mala praxis,”** que, entonces, debemos tratar de corregir y sustituirlas por mejores soluciones.

Al respecto, cito al gran dramaturgo Bertolt BRECHT: **“No aceptes lo habitual como cosa natural. Porque, en tiempos de desorden y confusión, casi nada debería parecer natural. El desorden, no debe parecer imposible de cambiar; debe ser el germen para la renovadora lucha!”** Y concordantemente, el francés BALZAC, decía: **“La resignación, es el suicidio cotidiano!”**

Esta lucha entre lo que **ES** y lo que **DEBE SER**, serán las dos orillas del cauce de navegación, que pretendo ofrecerles a lo largo y ancho de todo este Manual. Por lo tanto, mi discurso no será lineal, sino zigzagueante. No será una mera crónica, sino un filosófico dedo en el ojo de la realidad, cuando ésta merezca ser cambiada.

Frente a los diversos CAPÍTULOS, muchos dirán (contentos y/o aburridos): **“esto ya lo sé y lo vengo haciendo así, y para mí no es novedad”**; muchos otros, por su parte, dirán (sorprendidos y/o dudosos): **“no se me había ocurrido que se podría mejorar por este camino... lo voy a considerar y evaluar...y qui-**

zás lo intente.”Y otros, los más críticos y creativos: **“no estoy de acuerdo con esa solución o posición y sugiero esta otra, como mejor.”** Ésta última es la opinión que más valoro y me importa recibir (y no el aplauso fácil), porque, obviamente, estoy abierto, y escucho todas las propuestas de buenas y novedosas soluciones... Háganmelas llegar!

Los Profesionales, deben estar siempre alertas para desarrollar la **INNOVACIÓN** y la **CREATIVIDAD**, dos bendiciones supremas de la inteligencia y del espíritu humano!... Y así, derrotar a la triste rutina, que nos ata a paradigmas, muchas veces, equivocados.

Este no es un libro aséptico, ni objetivo, ni complaciente, ni “políticamente correcto”. No busco aquí **“quedar bien con la mayoría de los lectores,”** ni lograr una armonía fácil, sino acaso el planteo cuestionador de la realidad... a veces con respuestas y muchas otras con preguntas y dudas, como ya dije.

Intentaré sembrar las semillas primarias, para lograr luego (ENTRE TODOS, repito) superar el enfrentamiento que se produce por la diversidad de puntos de vista... y también por la multiplicidad de acciones y costumbres diversas... algunas buenas y otras, no tanto. Porque, en esta temática esencialmente práctica, importa mucho la costumbre del lugar, porque es la que fija las normas del proceder.

Sobre todo, en este Mercado en el que aún no está regulada legislativamente esta actividad... Y entonces, hay aún mucho caos, y por consiguiente “mala praxis”.

Respecto a la **GESTIÓN PRÁCTICA** de nuestra Profesión, hasta ahora, no ha habido quien se pusiera a escribir. Quizás por desvalorar o banalizar su importancia; quizás por desmerecerla, jerarquizando demasiado lo que se llama ampulosamente **“Universidad de la Calle”**; o quizás porque la praxis pa-

rece fácil de aprender y al alcance de cualquiera, sin previa preparación. Pero, el olfato y la intuición, pese a ser ingredientes valiosos, por sí solos no alcanzan.

El aprendizaje genuino debe ser **“piano, piano”** y entonces, podremos avanzar, en forma robusta. Sólo con estudio y tesón lograremos saber separar nítidamente la paja del trigo; no hay magia!

Además, es un aporte bibliográfico para los Estudiantes de la Carrera Oficial Terciaria del OPERADOR INMOBILIARIO, que desde 1998 viene desarrollando la U.T.U., en Montevideo y en casi todos los Departamentos. También, esta Carrera la desarrolla en forma privada el Instituto ALDEY (Escuelas IADE), desde el año 2006.

Para saber velar seriamente por los intereses de nuestros Clientes, necesitamos saber **“hacer bien las cosas” (“know-how”)**. Por lo tanto, la capacidad o idoneidad técnica es una consecuencia lógica e inmediata, que proviene de asumir el rol Profesional con auténtica responsabilidad: **“capacítate y serás mejor”... Parece de Perogrullo ¿no?**

El ASESORAMIENTO genuino e idóneo (hoy, más que nunca) es nuestra principal misión...irrenunciable e insustituible!... Porque la simple **“intermediación”** ya está siendo relegada a segundo plano, en mérito al avance vertiginoso de la comunicación informática. La Tecnología, puede y debe ser un valioso aliado, pero debemos advertir que se trata de un arma de **“doble filo”**. He allí una potente luz amarilla, que corresponde advertir, a tiempo.

Debemos ser Consultores y Asesores, antes (y no sólo) que meros inter-mediarios!... Y mucho menos, **“comisionistas,”** sino Profesionales, que tenemos legítimo derecho a nuestros Honorarios. Y allí radica, buena parte de nuestra Dignidad, un valor supremo!

En este marco, escribir un MANUAL PRÁCTICO es un desafío difícil (¿o tonto?), pero a su vez, es una necesidad que se impone, precisamente, por razones PRAGMÁTICAS.

Y está DESTINADO a Estudiantes, Principiantes, Empíricos y a todos los Estudiosos que apuestan genuinamente a la auto-superación, en el día a día, a fin de trabajar mejor, para bien de todos: nosotros y los clientes!... Ése es el mejor camino (y para mí, el único!) hacia el PROFESIONALISMO. Sólo así, se asegura y promueve un doble beneficio: el cabal respeto al consumidor, y a la vez, nuestra prosperidad!

Un MANUAL no puede pretender cambiar el Mundo, sino tan sólo, mejorar en algo los pasos a dar dentro de él.

En tal sentido, entonces, someto a vuestro sabio juicio, el valor de estos humildes granitos de arena.”

Abril de 2015

Lucía Topolansky
Candidata a la Intendencia, Frente Amplio

LA MONTEVIDEO QUE QUEREMOS

CLAVES DEL PROYECTO QUE PROPONEMOS

Montevideo es una gran ciudad para vivir. Montevideo, sus cafés y bares, sus canchitas de fútbol, sus teatros, sus playas y sus ferias. Es Pocitos, Sayago y el Cadorna. Es Carrasco, Isla de Gaspar y Piedras Blancas. Es el Parque Rodó, La Teja y el barrio Maracaná. Es todo eso junto a los más de 60 barrios de la ciudad.

Pero también Montevideo es su área rural con quintas y chacras que abastecen la mesa de los montevideanos. Es sus arroyos y ríos, su aire, sus playas, su biodiversidad y sus áreas protegidas.

Montevideo es uno y muchos. Es singularidad y toda esa diversidad al mismo tiempo. Pero antes que todo es su gente y sus vecinos.

La ciudad existe porque hay gente que la habita, que la sueña, la quiere, a veces la sufre y la padece. La exclusión social persistente, la pobreza y las desigualdades son una parte que no olvidamos de esta ciudad. Creemos que la democracia se consolida si sanamos la fractura social y urbana que aún hoy existe. Montevideo tiene el desafío político de lograr que su territorio produzca integración social y que acorte las distancias sociales.

Montevideo es ciudad y es campo. En sus 530 kilómetros cuadrados alberga 1.319.000 personas, 14.000 de las cuales viven en el área rural. El 39% de nuestro territorio es suelo de uso urbano y periurbano, el 49% es de uso agrícola y el 12% son áreas protegidas.

Estamos convencidos que Montevideo, por lo dicho, es el desafío político de articular intereses en torno a un proyecto que sea, sobre todo, integrador y participativo.

Pero si bien Montevideo tiene sus límites administrativos debemos pensar y actuar con cabeza metropolitana. Más de 100.000 personas diariamente van a la capital a trabajar desde los entornos de Montevideo. Es claro que la movilidad urbana, el tránsito y el transporte, el manejo de los residuos, la calidad ambiental de los cursos de agua y el aire no se detienen en el límite departamental. Concebir respuestas metropolitanas es parte de una mirada moderna de la ciudad.

Con un rol preponderante por ser la capital del país, reúne bajo su cielo al 45% de los uruguayos. Montevideo es sede de los tres Poderes del Estado; del Puerto; de las Universidades con excepción de la UTEC; de las empresas públicas y de las principales empresas privadas e instituciones culturales, sociales, religiosas y deportivas.

Por otro lado, la ubicación de Montevideo la promueve como capital natural del Mercosur y como sede de diversos organismos internacionales tanto públicos como privados. Antes de nacer como país ya éramos un puerto ubicado en una esquina de América de gran importancia. Esta posición geográfica nos pone delante de oportunidades estratégicas que debemos cuidar y hacer crecer.



En suma, Montevideo que es uno, es al mismo tiempo ciudad y área rural, columna vertebral del área metropolitana, capital del país, territorio con ocho municipios y enclave regional estratégico.

Desde ese lugar que conjuga complejidad y desafío es que vertebramos el proyecto de ciudad que queremos poner a consideración de los montevideanos.

Por eso estamos invitando a todos los lectores a asistir a los distintos foros que hemos planificado con la intervención de ciudadanos que por su formación, experiencia, por su visión de la realidad pueden ayudarnos a construir la participación en este proyecto.

El primero se realizó el 9 de marzo en el Auditorio de Antel, y seguiremos con esta forma de trabajo para compartir con los montevideanos este trabajo. Los días y lugares en donde se realizarán los siguientes están señalados en la página de Facebook: facebook.com/TopolanskyLucia

Allí estaremos para seguir conversando sobre estos temas.

Cr. Carlos Saccone
Senior Investment Advisor - HSBC Premier



PAMPA: UNA GRAN IDEA

El pasado 18 y 19 de marzo se licitó el tramo minorista del Fideicomiso Financiero Pampa, un proyecto de generación de energía eólica en Tacuarembó, con múltiples beneficios para el conjunto de la sociedad. La demanda del público resultó casi 7 veces superior al monto disponible. Nuestro mercado de capitales fue sacudido como pocas veces por la implementación de una gran idea, que debería ser imitada con mayor frecuencia.

No han sido pocas las oportunidades que desde esta columna reclamamos iniciativas para desarrollar el mercado de capitales local, en particular el de instrumentos de capital, complementarios a los instrumentos de deuda como los bonos u obligaciones. Esto tiene como beneficio que da la chance al público local de comenzar a transformar su naturaleza financiera, y evolucionar desde el simple ahorrista a plazo fijo, hacia un inversor, con un horizonte de largo plazo, y naturalmente con expectativas de retornos sustancialmente superiores a lo acostumbrado.

Si bien es cierto que existen innumerables instrumentos internacionales, no es este el caso para instrumentos locales, donde éstos en general brillan por su ausencia, en particular para el público minorista.

No analizaré en esta oportunidad los beneficios emergentes de la generación de energía limpia. Es claro que a nivel medioambiental los beneficios son muy potentes dado que “tan sólo se necesitaría viento” para generar energía. Pero no es la intención de esta columna analizar el aspecto energético. Me detendré sí en la estructura de la propuesta.

En primer lugar es importante aclarar que esto no es un “bono”, o sea que no representa deuda por lo que no constituye obligación. Ni de UTE ni del Fideicomiso. Se podría decir que es bastante más parecido a un “acción” de una sociedad, aunque con un dividendo mínimo ofrecido de 4% anual.

El proyecto consiste en la creación de un parque de generación de energía eólica ubicado en el km 320 de la ruta 5, en el departamento de Tacuarembó. El parque estará compuesto por 59 aerogeneradores de 2,4 megavatios de potencia unitaria y se estima que generará unos 570 gigavatios/hora por año. Una vez terminado y cuando se comience a generar energía, el comprador del 100% de la energía será UTE, durante 20 años, de acuerdo a lo que se expresa en los contratos.

Si bien la gestión operativa del parque estará a cargo de UTE, el proveedor de la maquinaria y responsable por el mantenimiento de la misma será la reconocida empresa Nordex, fundada en 1985 en Dinamarca y actualmente con domicilio en Hamburgo, Alemania. (www.nordex.de)

La estructura es la de un fideicomiso financiero a través del cual se aísla jurídicamente el patrimonio del emprendimiento, y es éste el que responderá por las ganancias (o pérdidas) a futuro. Este fidei-

comiso contará con un activo de U\$ 321 millones financiado en un 70% por un préstamo a largo plazo del banco alemán KFW y el otro 30% por la colocación de certificados de participación. De éste a U\$ 15 millones se les dio el atractivo condimento de ofrecer un retorno mínimo asegurado anual de 4% en dólares americanos.

Sin dudas existe una gran confianza de UTE, el gobierno uruguayo, y otros agentes del mercado en un éxito rotundo del emprendimiento una vez instalado.

Esta confianza se transmite y así lo ha tomado el público uruguayo con ahorros. Las expectativas incluyen que estos títulos comiencen a la brevedad a operar en el mercado secundario.

El público quiere más

Durante la presentación del proyecto Pampa en el BCU el Ing. Casaravilla anunció que vendrían más proyectos similares. Debo decir además que pocas veces he visto a tantos participantes relevantes en la vida del Uruguay alineados detrás de una propuesta de esta naturaleza. Acompañaban al presidente de UTE, la Ministra de Industria, el presidente del BROU, el director de la OPP, el presidente de BCU, autoridades de Bolsa de Valores, entre otros.

Es importante que, en el futuro, se replique esta clase de respaldo institucional para nuevas emisiones de valores. Los grandes proyectos deben tener un gran respaldo, esto contribuirá a que el público crea en el mercado, disponga de alternativas de inversión a largo plazo y que las empresas dispongan de alternativas para financiar su crecimiento sin endeudarse, sino abriendo su capital y

haciendo copartícipes de la evolución de su actividad a los inversores minoristas. Esta es sin dudas una de las tantas claves, necesarias-aunque no suficientes- del desarrollo.

Como hemos analizado en entregas anteriores de esta misma columna, no existe país desarrollado sin un mercado de capitales desarrollado. Así funciona hace varias décadas (y algún siglo en algunas regiones) y así debería funcionar en Uruguay.

La oportunidad en el mercado inmobiliario

El año pasado el Grupo Compass emitió el primer fideicomiso de desarrollo inmobiliario destinado a inversores institucionales, con dos objetivos:

- i) Desarrollo de proyectos inmobiliarios en Uruguay para su venta; y/o
- ii) Desarrollo de proyectos inmobiliarios en Uruguay para su arrendamiento, usufructo o aprovechamiento económico y posterior venta.

En el marco de la ley 18795 (vivienda de interés social) se diseñó un proyecto para construir viviendas contempladas en esta ley, dada la oportunidad emergente por ciertas exoneraciones tributarias. El inversor aquí participa en el emprendimiento y su rentabilidad está asociada a la rentabilidad de los proyectos.

No nos cabe la menor duda que el apetito del inversor uruguayo también podría verse satisfecho por otros emprendimientos de esta naturaleza, que además ayudaría a diversificar las alternativas de inversiones. De la misma forma pueden existir

oportunidades en el agro y en el sector de infraestructura en el Uruguay. ¿Carreteras y Puentes? ¿Puerto de Aguas Profundas...?

Tal vez sea el turno de algunos de los principales operadores del mercado inmobiliario del Uruguay de asociarse y comenzar a pensar en alternativas similares. Importante será pensar en un beneficio social emergente aún más amplio que el financiero, tal como lo hizo Pampa, para asegurar el éxito de la iniciativa y obtener respaldo institucional.

De acuerdo a información de la Bolsa de Valores de Montevideo las empresas uruguayas podrían llegar a colocar U\$ 500 millones en el mercado durante este año debido a diversos proyectos...

Algo está empezando a cambiar en el mercado de capitales del Uruguay. ¡Enhorabuena!



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

NUEVOS BENEFICIOS PARA OBTENER LA RESIDENCIA URUGUAYA

En los últimos años ha habido un crecimiento considerable del movimiento migratorio en nuestro país.



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

Es así que han aumentado las consultas respecto de los requisitos y procedimientos para obtener la residencia, sea por parte de inversores extranjeros, que además de establecer una unidad de negocios deciden instalarse en nuestro país; sea por parte de los trabajadores contratados por distintas empresas multinacionales establecidas aquí; o bien, por parte de personas o familias que por distintas causas optan por venir a vivir en forma permanente a nuestro país.

En el mes de setiembre del año pasado, se aprobó la Ley N° 19.254, por la cual se establece la posibili-

dad de que personas de los demás países del Mercosur, así como personas familiares de uruguayos obtengan la residencia definitiva en Uruguay.

Concretamente, la mencionada ley tiene por objeto facilitar la obtención de la residencia permanente a los cónyuges, concubinos con trámites judiciales realizados en Uruguay, padres, hermanos y/o nietos de uruguayos y a aquellas personas nacidas en el Mercosur y estados asociados.

La ley introduce importantes cambios y establece un mecanismo más ágil y sencillo para obtener la residencia definitiva.

Así, el primer cambio significativo consiste en el organismo competente para realizar el trámite. Ya no es más la Dirección Nacional de Migraciones, órgano dependiente del Ministerio del Interior, sino que es en el Ministerio de Relaciones Exteriores o en cualquier oficina consular de la República quien debe tramitar las solicitudes de residencia de las personas arriba mencionadas.

Las personas que ya hayan iniciado su trámite de residencia con anterioridad a la promulgación de la Ley 19.254 podrán ampararse en la misma y seguir su trámite en el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Con relación a los documentos y pruebas exigidos, también ha habido significativas modificaciones. Las personas que se encuentren en condiciones de ampararse a este nuevo régimen deberán presentar en principio los siguientes documentos:

- Los familiares extranjeros de uruguayos deberán presentar un documento probatorio de identidad y los testimonios de partidas de Estado Civil que acrediten el vínculo con el familiar uruguayo.
- Las personas nacidas en el Mercosur o países asociados, deberán presentar documento probatorio de identidad, testimonio de partida de nacimiento del país de origen y antecedentes penales de el/los país/es de residencia en los últimos 5 años.

Es menester recordar que todos estos documentos deberán ser presentados traducidos al español (cuando corresponda) y debidamente apostillados o legalizados en el consulado uruguayo correspondiente y luego ante el Ministerio de Relaciones Exteriores en Montevideo, según el país de procedencia de dichos documentos.

Otra modificación introducida consiste en que, a diferencia del régimen anterior, para obtener la residencia no es necesario acreditar un domicilio uruguayo permanente ni tampoco es necesario cumplir un mínimo de permanencia continua en el país, dado que desde el momento en que el extranjero ingresa al país, si cumple con los requisitos, podrá iniciar el trámite de residencia.

Una vez iniciado el trámite, a la persona se la considera "residente en trámite" y tiene los mismos derechos que un extranjero que ya hubiera obtenido la residencia en nuestro país. Esto es, la persona puede trabajar y estar inscripta ante el BPS y el MTSS y podrá ser beneficiaria de la seguridad social una vez que acredite haber obtenido su cédula de identidad uruguaya, la cual será provisoria hasta haber finalizado el trámite de residencia.

Sin perjuicio de lo anterior, que ya de por sí significan modificaciones relevantes con respecto al anterior régimen, también en cuanto al plazo para obtener la residencia permanente la ley ha introducido soluciones significativas. En tal sentido, la Ley prevé que, una vez iniciado el trámite, el MRREE cuenta con 30 días hábiles para expedirse sobre el otorgamiento de la residencia solicitada.

Sin lugar a dudas, es realmente importante estar actualizados en esta materia y contar con el asesoramiento profesional adecuado para ofrecer un valor agregado a los clientes que lo requieran.

UNA VIVIENDA DIGNA REDUNDA EN MÚLTIPLES BENEFICIOS.



Esc. Anibal Durán Hontou
Gerente APPCU

Dice una publicación del BID, que los países de América Latina y el Caribe son los más urbanizados del mundo en desarrollo, gozan de altas tasas de propiedad de vivienda y cuentan con un programa alto de ingresos familiares para los estándares de ciudades con el mismo nivel de desarrollo.

No obstante, de los 130 millones de familias que viven en las ciudades, 5 millones están obligados a compartir vivienda con otra familia, 3 millones residen en viviendas irreparables y otros 34 millones habitan en inmuebles que carecen de título de propiedad (nuestros Asentamientos Irregulares, por ejemplo), agua potable, saneamiento, pisos adecuados o espacio suficiente.

Tan importante es considerar el tema de la vivienda, que tanto ésta como el barrio que la alberga, influyen de manera decisiva en la salud, alimentación y educación de la población, así como en su acceso a oportunidades económicas y su grado de vulnerabilidad a los problemas sociales.

Ejemplo concreto: una mamá con numerosos hijos, que vive en un precario barrio de Carrasco Norte, me decía que varios de sus chicos tenían intención de estudiar pero que conspiraba con ese propósito, la vivienda que habitaban. Supe ir hasta ella para constatar los dichos: espacio reducido, carente de toda comodidad, lúgubre, inapropiado para cualquier tarea escolar.

Los malos resultados de la región en materia de vivienda, pasan muchas veces por precios altos en relación a los ingresos, falta de acceso al crédito hipotecario y el alto costo de la construcción (estos dos últimos puntos en nuestro país juegan un papel relevante).

Dice la publicación citada que para satisfacer la demanda futura de vivienda (América Latina y Caribe) se necesitan inversiones de por lo menos USA 70.000 millones al año. Acota con erudición nuestro asesor Julio Villamide, manifestando que el tamaño de las familias en Uruguay se reduce en promedio un 0.1 por lustro en períodos de inercia inmobiliaria y dicha contracción sube a 0.2 por lustro cuando hay abundancia de créditos y alquileres en el mercado.

En ese sentido, concluye Villamide, que en los próximos 20 años podríamos pasar en nuestro país de 2.9 a 2.3 personas por hogar, siguiendo una marcada tendencia en el mundo. Así, en los próximos 20 años

se estarían necesitando unas 300.000 viviendas para atender la demanda agregada por la razón antedicha. Sumado a esta razón, están la obsolescencia del stock y la sustitución de miles de viviendas en Asentamientos Irregulares, por lo que tendríamos necesidad de construir 500.000 viviendas en las dos décadas próximas.

Con esta realidad, la necesidad de ajustar costos y mejorar la eficiencia en construir adquieren una vigencia extraordinaria. Asimismo, es primordial que las nuevas autoridades del Ministerio conozcan este futuro, apunten la inversión privada (como se hizo con la vivienda de interés social) y no ignoren las reglas del mercado. Un observatorio permanente de la situación debería instaurarse en el MVOTMA, trabajando de consuno con el sector privado.

En este contexto, es necesario reducir el sesgo que tienen las políticas públicas a favor de la propiedad de la vivienda por una visión más amplia que valore la rehabilitación y mejora del stock de vivienda existente y amplíe las opciones de hogares mediante incentivos para incrementar el acceso y la oferta de vivienda en alquiler. Es necesario superar los obstáculos a la movilidad residencial con el fin de permitir que las familias puedan mudarse en vez de permanecer en sitio de habitación precarios.

Política de Estado en política habitacional, luce imprescindible.

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



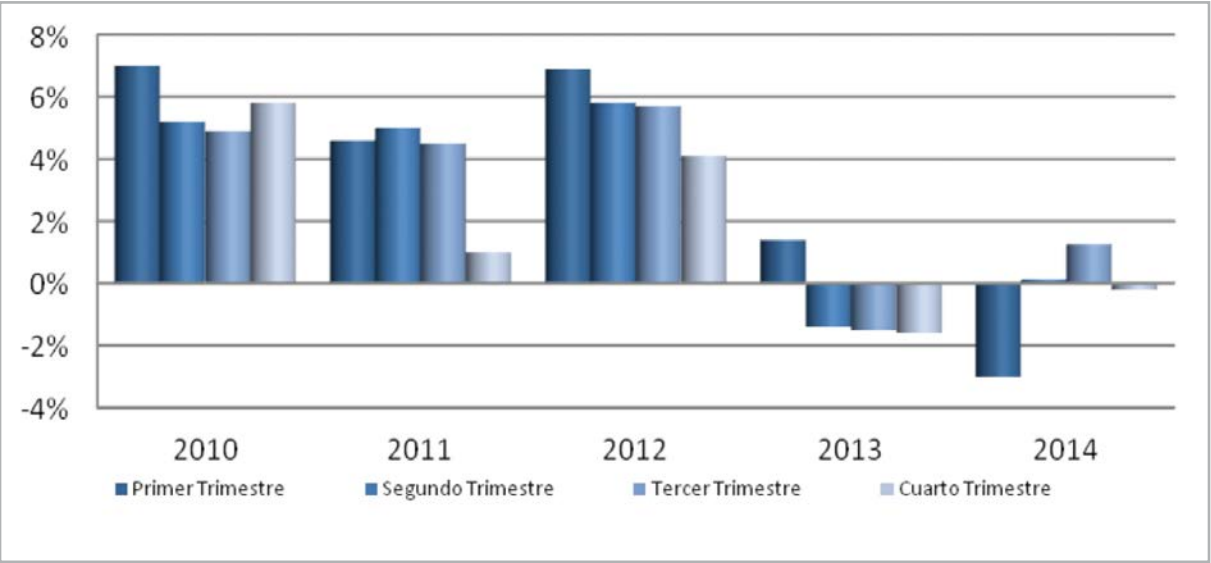


Departamento de Estudios Económicos

COMERCIO Y SERVICIOS CIERRE DEL AÑO 2014 Y PERSPECTIVAS 2015

1. Según los datos obtenidos en el marco de la realización de la Encuesta de Actividad del Sector Comercio y Servicios, en el cuarto trimestre del año 2014 la actividad del sector mostró un repunte respecto a los trimestres previos, particularmente considerando las bajas expectativas de los empresarios al inicio del año. Sin embargo, en el análisis del cierre del año se confirma la desaceleración en los niveles de venta del sector en forma global respecto al año anterior.

2. Bajo este contexto de desaceleración, los rubros que mostraron un comportamiento adverso fueron principalmente aquellos vinculados a la venta de bienes duraderos: electrodomésticos, ferreterías industriales, maquinaria agrícola y vehículos OKM.
3. A su vez en el rubro Supermercados, la evolución de las ventas en términos reales permaneció prácticamente constante en el último trimestre del año respecto al mismo período del año anterior y cerró el año con un magro crecimiento del orden del 1% respecto al 2013.

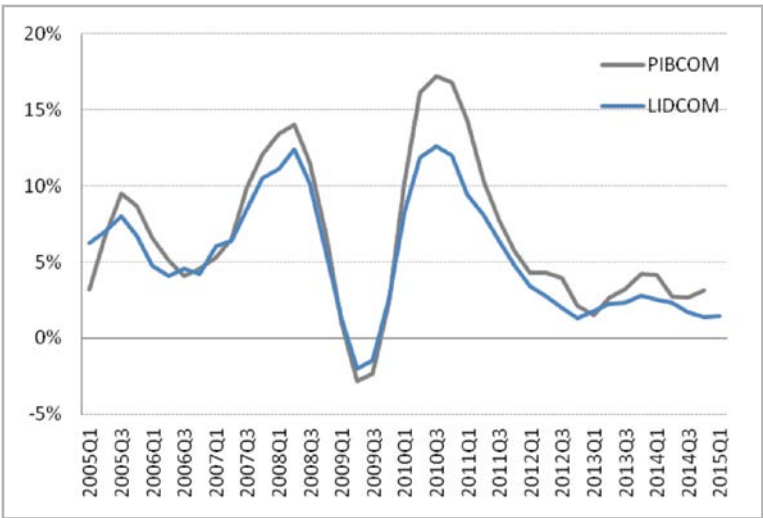


Variación real de ventas en Supermercados

4. De esta forma, queda en evidencia que la actividad comercial continúa presentado signos de debilitamiento que se condicen con la evolución de la economía en su conjunto.

5. En este sentido, resulta de interés analizar los datos arrojados por el Indicador Adelantado de la Actividad Comercial (LIDCOM) . De acuerdo con las últimas proyecciones del mes de marzo de 2015, es posible estimar una tasa de variación interanual del LIDCOM para el cierre del año 2014 de 2.0%, manteniéndose de esta forma las estimaciones anteriores.
6. Sin embargo para el año 2015 las estimaciones actuales establecen que el sector Comercio comenzaría el año registrando tasas de crecimiento tendencial respecto a trimestres anteriores en valores menores al 2.0%, lo cual determinaría que el sector cierre el año con una tasa de crecimiento tendencial promedio relativamente de menor magnitud respecto al 2014, es decir en el orden de 1.8%.

7. Por lo tanto, para el presente año un elemento clave será seguir de cerca el desarrollo de los



LIDCOM y Tendencia-ciclo del PB sectorial
(Tasa de Variación Interanual %)

acontecimientos que se están dando a nivel internacional, y principalmente en los países de la región: Brasil y Argentina, debido a sus consecuencias sobre los niveles de incertidumbre y dificultades que emergen y se expanden con impactos diversos sobre la economía local.

8. Bajo este escenario, el aumento de los costos laborales se presenta como una de las principales preocupaciones del sector empresarial. A su vez, al costo salarial deben sumársele el costo tributario, las tarifas públicas y los costos asociados al funcionamiento de la actividad comercial, los cuales en un contexto de menor dinamismo de la actividad comercial se hacen cada vez más pesados y difíciles de enfrentar.
9. De cara a las futuras negociaciones salariales se deberá de trabajar en forma conjunta sector público y privado, con el objetivo de no establecer ajustes salariales por encima de los fundamentos de las actividades económicas, ya que de lo contrario la ecuación del empresario será cada vez menos rentable, terminando por erosionar el desarrollo de la actividad privada como motor de la economía.

10. Al mismo tiempo, para lograr un desarrollo de la economía sustentable y equilibrado en el mediano plazo, el manejo eficiente de las cuentas públicas es esencial. ¿Por qué no replantearse la necesidad de implementar una regla fiscal que permita ordenar las mismas, logrando así un mayor control tanto en materia de ingresos como de gastos? Unido a esto es importante hacer una trazabilidad del gasto, es decir, asociar presupuestos a resultados y hacer un seguimiento de los mismos: saber en qué se gastó, cómo se gastó y cuáles fueron los resultados obtenidos.

Montevideo, 20 de febrero 2015

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

RESOLUCIONES DEL MES DE MARZO DE 2015.



Cra. Tania Robaina
Asesora tributaria
CIU

En esta oportunidad transcribimos dos resoluciones del mes de marzo de 2015 que afectan directamente al giro inmobiliario. La resolución 930/15 que tiene que ver con la forma de declarar las retenciones sobre las rentas de arrendamientos de no residentes y la 1121/15 que tiene que ver con el pago de anticipos por parte del propietario cuando el inquilino caen impago.

RESOLUCIÓN N° 930/2015

Montevideo, 4 de marzo de 2015 VISTO: el Capítulo II del Decreto N° 149/007 de 26 de abril de 2007. RESULTANDO: que en la norma mencionada en el Visto se designa un conjunto de agentes de retención del Impuesto a las Rentas de los No Residentes correspondiente a los rendimientos de capital mobiliario que paguen o acrediten, a los contribuyentes de este impuesto.

CONSIDERANDO: necesario adaptar las disposiciones vigentes que establecen obligaciones formales para los mencionados responsables del Impuesto a las Rentas de los No Residentes que paguen o acrediten rentas de capital. ATENTO: a lo expuesto; EL SUBDIRECTOR GENERAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL IMPOSITIVA EN EJERCICIO DE LA DI-

RECCIÓN GENERAL R E S U E L V E

1º) Sustitúyese el numeral 8º de la Resolución N° 981/2007, de 28 de agosto de 2007, por el siguiente: "8º) Responsables. Declaración Jurada.- Los responsables designados deberán presentar mensualmente ante la Dirección General Impositiva una declaración jurada donde se detallen todos los beneficiarios de rendimientos incluidos en esta categoría en el período, especificando número de identificación, nombre o denominación, país de residencia, renta obtenida y el respectivo importe retenido, si corresponde. El plazo para presentar la declaración jurada vencerá al mes siguiente de efectuada la retención, de acuerdo con el cuadro de vencimientos establecido a tales efectos; excepto en el caso de los incrementos patrimoniales alcanzados por el Impuesto a las Trasmisiones Patrimoniales, cuyo plazo será

Upostal
Uruguay más cerca

upostal.com.uy

el mismo que el previsto para ese impuesto. Los responsables designados en el literal a) del artículo 34° del Decreto N° 149/007 de 26 de abril de 2007 presentarán la declaración referida en este numeral incluyendo solamente los correspondientes importes retenidos, discriminados por tasa. De la misma forma lo harán los responsables designados en los literales b) y d) del mismo artículo, cuando paguen o acrediten rendimientos que correspondan a valores emitidos al portador con cotización bursátil.

2°) Agrégase a la Resolución N° 981/2007, de 28 de agosto de 2007, el siguiente numeral: 18° bis) Rentas exoneradas. Información.- La declaración jurada a que refiere el numeral 8° de la presente Resolución, deberá ser presentada, en las mismas condiciones, por quienes paguen o acrediten las rentas a que refiere el artículo 15 del Título 8 del Texto Ordenado 1996.

3°) Vigencia.- Lo dispuesto en la presente Resolución será de aplicación para las declaraciones juradas correspondientes a rentas pagadas o acreditadas a partir del mes de marzo de 2015.

4°) Publíquese en dos diarios de circulación nacional. Insértese en el Boletín Informativo y página web. Cumplido, archívese. Firmado: Alvaro Romano, Sub Director General de la DGI en ejercicio de la Dirección

De acuerdo a esta resolución, cuando las inmobiliarias oficien como agentes de retención de rentas de arrendamientos de no residentes, deberán presentar la declaración jurada 1246 modificada.

Este formulario pasa a estar en la aplicación Sigma en vez de Beta. Asimismo se le adiciona el ingreso del nombre del propietario y se efectuó la apertura de los documentos de identidad por país, disponiendo ahora de la opción de cédula, DNI, pasaporte, NIE, RUT o NIFE.

También en esta declaración a presentar en el mes de abril 2015, con los datos de lo devengado en marzo 2015, se deberá informar los arrendamientos y retenciones en que actúe otro agente de retención.

RESOLUCIÓN N° 1121/2015

Montevideo, 16 de marzo de 2015.

VISTO: el numeral 18 de la Resolución N° 662/2007 de 29 de junio de 2007 y el numeral 12° de la Resolución N° 981/2007 de 29 de agosto de 2007. RESULTANDO: I) que las referidas disposiciones establecieron los casos en que los contribuyentes del Impuesto a la Renta de las Personas Físicas y el Impuesto a las Rentas de los No Residentes, respectivamente, deben realizar pagos a cuenta de los mencionados impuestos por los rendimientos derivados de arrendamientos de inmuebles; II) que, como regla general, no efectuarán anticipos en aquellos casos en que exista responsable designado. CONSIDERANDO: adecuado precisar las circunstancias en que, no obstante existir responsable designado, los contribuyentes deberán realizar pagos a cuenta de dichos impuestos, por tales rendimientos.

ATENCIÓN: a lo expuesto, y a lo dispuesto por el artículo 70 del Decreto N° 597/988, de 21 de setiembre de 1988. EL DIRECTOR GENERAL DE RENTAS R E S U E L V E:

1°) Agrégase al numeral 18 de la Resolución N° 662/2007 de 29 de junio de 2007, el siguiente inciso: “Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso primero, cuando la retención deba efectuarse conforme al numeral 16) y el responsable no haya efectivizado el cobro del arrendamiento; el contribuyente deberá realizar los anticipos correspondientes.”

2°) Agrégase al numeral 12° de la Resolución N° 981/2007 de 29 de agosto de 2007, el siguiente inciso: “Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso prime-

ro, cuando la retención deba efectuarse conforme al numeral 16°, y el responsable no haya efectivizado el cobro del arrendamiento; el contribuyente deberá realizar los anticipos correspondientes.”

3°) Publíquese en dos diarios de circulación nacional. Insértese en el Boletín Informativo y página web. Cumplido, archívese. Firmado: Director General de Rentas, Lic. Joaquín Serra Publicado: EL OBSERVADOR y EL PAIS – 17 de marzo de 2015.

En esta oportunidad se ha dispuesto que en aquellos casos en que oficie un agente de retención tanto para IRPF como IRNR, y el mismo no haga efectivo el cobro de la renta, no podrá realizar las retenciones correspondientes. Por lo tanto será el propietario el obligado a pagar los anticipos del impuesto correspondiente.

VISA



Visanet Uruguay y la Camara Inmobiliaria Uruguay firmaron importante acuerdo.

Mediante este acuerdo los socios de la Cámara Inmobiliaria Uruguay (CIU) ya pueden disponer de las tarjetas de Crédito y de Débito VISA como medio de pago de transacciones de bienes y servicios que efectúan con terceros titulares de dichas tarjetas, a partir del acuerdo signado días atrás por autoridades de la institución con jerarcas de Visanet Uruguay. Vale la pena destacar que este acuerdo comprende exclusivamente el pago de productos y servicios no inmobiliarios, como por ejemplo alquileres temporarios en zonas turísticas así como alquileres permanentes, cobro de gastos comunes, cobro de comisiones de alquileres y cobro de comisiones respecto a la venta de propiedades.



De esta forma, los clientes de las empresas asociadas a la CIU en todo el país podrán disponer de un probado y eficaz instrumento para dar mayores posibilidades financieras a sus clientes, a partir del uso de herramientas funcionales y seguras como son las tarjetas de Crédito y Débito VISA, tanto nacionales como internacionales.

Los Socios que deseen adherirse a Visa y comenzar a hacer uso de estos y otros beneficios, podrán hacerlo llamando al teléfono 2901 9149 de Visanet Uruguay o vía email con sus datos de contacto a afiliaciones@visanet.com.uy.

Gerente General de Visanet Uruguay Cr. Sergio J. Cestau y Presidente de CIU Sr. Gabriel Conde.

En Uruguay las tarjetas de crédito y débito visa pueden usarse en variados puntos de venta en todo el territorio. Es una manera segura y cómoda para sustituir el uso de efectivo para realizar compras y se constituye en la mejor forma de pagar y ser pagado.

ITALO URUGUAYOS

Muchos de nosotros somos hijos y nietos de inmigrantes italianos, todos en Uruguay somos concientes de la importancia de esa colectividad en nuestro país.



Arq. Aldo Lamorte

La cultura italiana ha impregnado nuestra historia desde Garibaldi en la defensa de Montevideo hasta la realidad social de la inmigración de post guerras mundiales que tantos artesanos, campesinos, gente de oficios, constructores, arquitectos e ingenieros vinieron y formaron sus familias aquí, aportando trabajo, conocimiento y esfuerzo, mucho esfuerzo.

Esa cultura italiana impregnando nuestra realidad la podemos ver en nuestra gastronomía, nuestra música, nuestra arquitectura, nuestras costumbres. Todo este desarrollo social también se debió a una política de inmigración del Uruguay ejemplar en el mundo, permitiendo que cada inmigrante mantuviera sus lazos de identidad pero también recibiendo con todos los derechos. De esa manera se puede tener la doble ciudadanía, la que viene de herencia familiar por sangre y la de nacimiento en Uruguay.

Hoy nos enfrentamos quienes tenemos esa doble nacionalidad a una realidad administrativa diferente. Hay que reempadronarse para ejercer derechos y no perder lo que tanto esfuerzo costo.

A los que tenemos ciudadanía italiana el gobierno Italiano siempre nos hizo llegar a nuestros domicilios las comunicaciones correspondientes como ciudadanos italianos, en este momento la postura administrativa pero también política asumida es que se le hará llegar documentación y comunicados solamente a aquellos que demuestren interés. ¿Qué es demostrar interés?

En este caso en particular es reempadronarse vía correo electrónico o llenando un formulario y entregándolo en la cancellería consolare, pero nuestra reflexión es como demostrar interés si uno no está informado..?

Actualmente la Embajada de Italia y la cancellería consolare ha dado muy poca información, no atiende el teléfono la mayoría de las veces y ha hecho muy poca prensa invitando a reempadronarse.

Si envió hace meses una carta por familia explicando esta nueva modalidad, pero la lejanía que se ha impuesto desde que se retiró el consulado italiano de Montevideo, luego de una histórica y larga actuación en el Uruguay, refleja lamentablemente una realidad donde se está alejando a nuestra colectividad italiana de sus derechos.

El primer acontecimiento que tenemos para demostrar ese interés que nos demanda la administración italiana es que el próximo viernes 17 de abril de 2015 tendrá lugar la elección en todo el mundo de los COMITES (Comité de Italianos Residentes en el Exterior), que representan a las comunidades italianas de cada país ante las autoridades diplomáticas y consulares.

Esta elección es la primera en diez años que se realiza, y es una oportunidad para renovar el liderazgo del actual COMITE de Uruguay, que no ha asumido el desafío de fortalecer a la colectividad italiana en el Uruguay y que a nuestro entender se debe cambiar. El estado italiano realiza grandes contribuciones a la colectividad en el Uruguay, y Comites regulan gran parte de esa actividad por eso su importancia.

EN ESTA OCASIÓN ES NECESARIO INSCRIBIRSE EXPRESAMENTE PARA EJERCER EL DERECHO AL VOTO, MEDIANTE LA PRESENTACIÓN DE UN FORMULARIO DEBIDAMENTE FIRMADO Y CON LA FOTOCOPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD.

El formulario se deberá presentar en forma personal o enviar por correo al Cancelleria Consolare d’ Italia, Jorge Canning 2535, 11.600 Montevideo, por fax al 24861154, o por correo electrónico a la casilla: montevideo.comites@esteri.it

Una vez completado el trámite, el ciudadano italiano recibirá por correo un sobre con las listas de votación y un folleto informativo que indica cómo votar. Emitido el voto se devolverá por correspondencia o personalmente al Cancelleria Consolare d’ Italia el sobre con la papeleta de votación.

Agradecemos este espacio de comunicación puesto que hay muchas familias que les ha costado mucho sacrificio y años poder obtener la ciudadanía, es importante EJERCERLA para la plena vigencia de los derechos que conlleva.

Los italo-uruguayos integrantes de la Lista 2 representamos a diferentes asociaciones de todo el país.

Deseamos la integración de todas las asociaciones del Uruguay representadas por su gente, por sus jóvenes, para que la italianidad retome la fuerza y tenacidad que heredamos de nuestros padres y abuelos.

Deseamos crear vínculos entre Italia y Uruguay, fuertes y duraderos para nuestros hijos y nietos, y que los mismos trasciendan.

La lista 2 es una lista plural, democrática y representativa de la base asociativa de la colectividad italiana en el Uruguay , representamos once regiones italianas , variedad de asociaciones e instituciones de Montevideo y a ocho departamentos del Uruguay.

Los miembros de la Lista 2 somos los siguientes italo-uruguayos:

- Claudio Melloni, Consultore Regionale / Assoc. Emiliano-Romagnoli Uruguay
- Aldo Lamorte, Rappresentante del Mov. Assoc. Italiani all’Estero / Ass. Lucana
- Eduardo Supparo, Consiglio Direttivo della Società Unione e Benevolenza di Salto
- Domingo Cairello, Presidente del Circolo Italiano di Rivera
- Dante Buonomo, Ex membro Direttiva “Camara De Comercia Italiana del Uruguay”
- Mario Darino, Presidente del Circolo italiano de la Costa de Oro

- Francesco Gentile, Ex Presidente della Associazione Calabrese
- Antonio Scanziani, Consiglio Direttivo della Società Italiana de La Paz
- Pascual Mucucci, Consiglio Direttivo della Associazione Lucana
- Alfredo Tortorella, Imprenditore- Integrante della Associazione Calabresa
- Fiorella Fazzini, Giovane italo-uruguaiana de origine abruzzese
- Sergio Lazzarini, Consiglio Direttivo della Società Italiana de La Paz
- Ana María Bonito, Docente d’italiano CES CLE Willam Troisi Ex membro JIU (Jóvenes Italianos del Uruguay)
- Abel Beltrami, Presidente Assoc. Emiliano-Romagnoli Uruguay
- Patricia Bardini, ExTesoriere Assoc. Toscana / Cons. Direttivo Assoc. Emiliano-Romagnoli
- Mario Copetti, Exmembro del Consiglio Direttivo Società Ricreativa Ossolana
- Nelly Russomanno, Consiglio Direttivo della Associazione Lucana
- José Panzardi, Collettività Italiana di Libertad

Nuestro compromiso es con toda la colectividad, demostración de ello es que estamos intentando informar de la situación que se está viviendo, la cual se desconoce mayoritariamente , no es menor puesto que no solamente es un tema administrativo y de elección , sino que puede representar el interés o no de ejercer la ciudadanía.

Le pedimos que nos acompañen con su voto a la lista 2 para alcanzar metas que la colectividad se merece por su historia por su futuro, también les sugerimos que independientemente de quien voten se reempadronen, como también le sugerimos que puedan dar aviso a los italouruguayos que conozcan para que no suceda que la ignorancia de la situación lleve a la perdida de ejercer derechos.

Arrivederci

SOLUCIONES HABITACIONALES PARA MUJERES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DOMESTICA

Los ministerios de Vivienda y Desarrollo Social ya han brindando soluciones habitacionales a más de 120 mujeres en esa situación desde el 2006. Las autoridades destacaron que la solución habitacional no resuelve el problema pero es una herramienta importante y que suma a las ya aplicadas.

Para continuar en esa línea, ambas secretarías de Estado, acaban de suscribir un convenio.

Se prevé que el MVOTMA asigne hasta 200 soluciones habitacionales durante su vigencia.

El Mides por su parte asignará el equipo técnico especializado en violencia de género que tendrá a su cargo la realización del diagnóstico de las situaciones y dar seguimiento al proceso de salida que realizan las mujeres comprendidas en el acuerdo.

GASTOS ASOCIADOS EN VIVIENDA EN URUGUAY SON LOS MÁS ALTOS DE AMÉRICA LATINA

El gasto por habitante ascendía el año pasado a US \$ 2.846.00 casi el triple que en el promedio de América Latina.

Los datos reflejan una brecha muy grande del gasto en vivienda del uruguayo en comparación con cualquier otro latinoamericano.

Para el estudio que publicó el diario El País, la consultora Euromonitor Internacional tiene en cuenta "el gasto en alquileres de vivienda, alquileres imputados de vivienda, mantenimiento y reparación de la

vivienda, agua y saneamiento y combustibles, electricidad, gas y otros."

El gasto promedio de los uruguayos incluso duplica el de los chilenos, que ocupan el segundo lugar. Si se compara con los países vecinos, la brecha es de 103% con Brasil y de 138% con Argentina.

El resto de los países latinoamericanos registran valores por debajo del promedio regional, desde México con US\$ 993 hasta Bolivia US\$ 180.

¿SEGURIDAD o RIESGO?

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

www.ciu.org.uy



CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA



CÁMARA
INMOBILIARIA
DE ROCHA



¿PROFESIONALES o IMPROVISADOS?

Algunas inmobiliarias prometen cosas que no son, porque algunos agentes, tampoco lo son. La mejor decisión es entrar a cualquiera de los locales de los profesionales CIU, donde la confianza que cada miembro de la **CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA** ofrece a sus clientes, se basa en el respaldo de la preparación brindada por la mayor organización profesional del país.

www.ciu.org.uy

ENTRÁ CONFIADO

EN ESTE LUGAR VAS A HABLAR
DE NEGOCIOS CON UN

SOCIO

(EJERCICIO 2014-2015)



CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA



CAMARA INMOBILIARIA
URUGUAYA



CÁMARA
INMOBILIARIA
DE ROCHA

