



**JUAN CARLOS
ALTIERI**

“EL SECTOR INDUSTRIAL EN NUESTRO PAÍS ESTÁ LOGRANDO UNA TRANSFORMACIÓN DE MANERA SÓLIDA”

PÁG. 6



INDUSTRIA

MARTES
14 DE
ENERO
DE 2025

AÑO 2

N° 680

DIRECTOR DE RODRIGUEZ HNOS

CLAUDIO RODRÍGUEZ:

“La industria de la publicidad posiciona a Paraguay en el centro de la discusión a nivel regional”

Paraguay vive un momento clave en el desarrollo de su sector industrial, consolidándose como un motor económico fundamental del país. Con inversiones crecientes en todos los sectores, posicionándose como uno de los pilares del crecimiento sostenible.

La ubicación estratégica y los incentivos fiscales convirtieron al país en un destino atractivo para empresas locales y extranjeras. En los últimos años, se instalaron nuevas plantas industriales y se modernizaron infraestructuras existentes, lo que permitió diversificar la producción y aumentar la competitividad en los mercados internacionales.

Pág. 4



NX 350h

TECNOLOGÍA QUE CONECTA

(021) 619-0450 | Lexus Paraguay Lexus Py Avda. Mariscal López esquina Reclus - Asunción

El impacto de las mediciones de huella de carbono en el mundo



**JUSTO
BÁEZ**

SOCIO DE PWC PARAGUAY / DIRECTOR
DE PWC ACADEMY PARAGUAY

Las mediciones de huella de carbono comenzaron a ganar relevancia en la década de 1990, cuando se reconoció la necesidad de cuantificar las emisiones de GEI para abordar el cambio climático"

La huella de carbono se refiere a la cantidad total de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos directa o indirectamente por actividades humanas. Medir esta huella es crucial para entender y mitigar el impacto ambiental de nuestras acciones. En un mundo cada vez más consciente del cambio climático, las mediciones de huella de carbono se han convertido en una herramienta esencial para gobiernos, empresas e individuos.

Las mediciones de huella de carbono comenzaron a ganar relevancia en la década de 1990, cuando se reconoció la necesidad de cuantificar las emisiones de GEI para abordar el cambio climático. Metodologías como el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) y la norma ISO 14064 se desarrollaron para proporcionar marcos estandarizados para la medición y reporte de emisiones.

Las empresas han adoptado las mediciones de huella de carbono como parte de sus estrategias de responsabilidad social corporativa. Al medir y reducir sus emisiones, las empresas no solo mejoran su imagen pública, sino que también logran ahorros significativos en costos operativos. Por ejemplo, Google y Microsoft han implementado estrategias de reducción de emisiones que les han permitido disminuir su huella de carbono y mejorar su eficiencia energética. Medir la huella de carbono ayuda a las empresas a identificar ineficiencias en sus operaciones. Al abordar estas ineficiencias, las empresas pueden reducir sus emisiones y, al mismo tiempo, disminuir costos operativos. Por ejemplo, Walmart ha implementado programas para reducir el consumo de energía en sus tiendas y centros de distribución, lo que ha resultado en una disminución significativa de su huella de carbono y en ahorros económicos.

Las mediciones de huella de carbono impulsan la innovación al motivar a las empresas a desarrollar nuevas tecnologías y procesos más sostenibles. Empresas en sectores como la energía renovable, la movilidad eléctrica y la eficiencia energética están liderando el camino en la creación de soluciones que reducen las emisiones de GEI. Tesla, por ejemplo, ha revolucionado la industria automotriz con sus vehículos eléctricos, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono del transporte.

Los informes de aseguramiento sobre emisiones de huella de carbono son una herramienta clave para garantizar la precisión y la credibilidad de los datos reportados por las empresas. Estos informes son realizados por terceros independientes que verifican y validan las emisiones reportadas, asegurando que cumplan con los estándares y normativas internacionales.

El aseguramiento de las emisiones de huella de carbono proporciona confianza a las partes interesadas, incluidos inversores, clientes y reguladores, sobre la veracidad de los datos reportados. Esto es especialmente importante en un contexto donde la transparencia y la responsabilidad ambiental son cada vez más valoradas.

El proceso de aseguramiento generalmente incluye una revisión detallada de los datos de emisiones, la metodología utilizada para su cálculo y los controles internos de la empresa. Los auditores independientes evalúan la exactitud y la integridad de la información, emitiendo un informe que certifica la conformidad con los estándares aplicables.

Esto mejora de la Credibilidad: Las empresas que obtienen informes de aseguramiento pueden demostrar su compromiso con la transparencia y la precisión en la medición de sus emisiones.

Identificación de Oportunidades de Mejora: El proceso de aseguramiento puede revelar áreas donde las empresas pueden mejorar sus prácticas de medición y reducción de emisiones.

Cumplimiento Normativo: Asegurar que los datos de emisiones cumplan con las regulaciones locales e internacionales ayuda a las empresas a evitar sanciones y mejorar su reputación.

Las empresas que adoptan estas prácticas sostenibles y miden su huella de carbono a menudo obtienen una ventaja competitiva en el mercado. Los consumidores están cada vez más interesados en productos y servicios que sean respetuosos con el medio ambiente. Al comunicar sus esfuerzos de sostenibilidad y reducción de emisiones, las empresas pueden atraer a un segmento de consumidores conscientes del medio ambiente. Además, las empresas

sostenibles pueden acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio, como contratos con gobiernos y organizaciones que priorizan la sostenibilidad.

La transparencia en la medición y reporte de la huella de carbono es cada vez más importante para los inversores y otras partes interesadas. Las empresas que reportan de manera transparente sus emisiones y esfuerzos de reducción pueden mejorar su reputación y atraer inversiones. Iniciativas como el Carbon Disclosure Project (CDP) permiten a las empresas divulgar sus datos de emisiones y demostrar su compromiso con la sostenibilidad.

A nivel individual, las mediciones de huella de carbono han aumentado la conciencia ambiental y han motivado cambios en el comportamiento de los consumidores. Aplicaciones móviles y calculadoras de huella de carbono permiten a las personas medir y reducir su impacto ambiental. Campañas de sensibilización, como "Reduce, Reuse, Recycle", han ganado popularidad y han fomentado prácticas sostenibles en la vida cotidiana.

A pesar de su importancia, la medición precisa de la huella de carbono presenta desafíos debido a la complejidad de las cadenas de suministro y las actividades humanas. Sin embargo, se espera que tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el blockchain, mejoren la precisión y la transparencia de estas mediciones. Además, la colaboración internacional y el intercambio de mejores prácticas serán cruciales para avanzar en la reducción global de emisiones.

Las mediciones de huella de carbono son una herramienta esencial en la lucha contra el cambio climático. Al proporcionar datos precisos sobre las emisiones de GEI, estas mediciones permiten a gobiernos, empresas e individuos tomar decisiones informadas y adoptar medidas efectivas para reducir su impacto ambiental. Los informes de aseguramiento sobre emisiones de huella de carbono añaden una capa adicional de credibilidad y confianza, impulsando la transparencia y la responsabilidad en la gestión ambiental. Continuar midiendo y reduciendo la huella de carbono es fundamental para lograr un futuro sostenible y proteger nuestro planeta para las generaciones futuras.

PwC Academy
Aprendiendo con los profesionales

¡Impulsá tu éxito !

Te invitamos a formar parte de nuestro
Curso de Formación en

IFRS Fundamentals

Reconocido por el MEC

Contacto B2B : María Silvia Piñanez

0983 893 136

maria.s.pinanez@pwc.com



Juntos,
estamos creando
el **futuro**
y, con cada **lectura,**
construimos algo
más grande.

Hace que tu equipo piense como vos.
Sé parte de una comunidad exclusiva.



MÁS INFORMACIÓN
tigre@5dias.com.py
0982456111

5DIAS
POWERPLAYER

prensa@5dias.com.py

La industria de la publicidad en Paraguay experimentó un notable crecimiento en los últimos años, impulsada por la innovación y la adaptación a nuevas tendencias digitales. El auge de las redes sociales y las plataformas digitales ha transformado la forma en que las marcas se comunican con sus audiencias, permitiendo una interacción más cercana. En esta entrevista, Claudio "Manolo" Rodríguez, director de RH RODRIGUEZ HNOS, nos habla sobre los desafíos y proyecciones del sector.

¿Cómo cerró el 2024 la empresa RH RODRIGUEZ HNOS?

Hemos tenido un año de gran crecimiento en el área de publicidad en vía Pública para RH, con la instalación de posiciones y carteles icónicos en Asunción y otros puntos clave del país, ampliando nuestra cobertura en metros cuadrado de espacios OOH, como se la conoce mundialmente a la publicidad en vía pública, por sus siglas en inglés Out of Home. Esto se vio reflejado de manera significativa en los niveles de facturación de la empresa y el aumento en la cantidad de marcas y anunciantes que confían en nosotros día tras día.

¿Cuáles son las proyecciones para este 2025?

Seguimos impulsando los límites de la Publicidad OOH. La empresa RH RODRIGUEZ HNOS sigue creciendo y expandiéndose, buscando innovar, tanto en el impacto como en la calidad del medio; basando su crecimiento en ofrecer opciones al cliente con una distinción propia del buen gusto, añadiendo creatividad y tecnología al mercado, así como eficiencia al momento de contratar espacios en vía pública. Es por este motivo que actualmente ya tenemos presencia en más de 30 ciudades y para este año nos seguiremos ampliando en cobertura, ya sea en ambientes urbanos céntricos, avenidas, mercados, zonas comerciales, rutas y accesos a las principales ciudades del país. Seguiremos trabajando, así como fue en el año 2024, en posiciones icónicas y de gran visibilidad para las marcas, con estructuras de calidad y muy atractivas estéticamente, buscando satisfacer una necesidad del mercado cada vez más demandante.

ENTREVISTA La revolución de la publicad

“El trabajo de más de tres décadas nos posiciona en el mercado como líderes en mobiliario urbano OOH”



CLAUDIO RODRÍGUEZ
DIRECTOR DE RODRIGUEZ HNOS

Estamos a pocos días de revelar el lanzamiento de una nueva pantalla LED icónica de última generación, ubicada estratégicamente en el corazón financiero y comercial de Asunción”

¿Podría dar una reseña de cómo empezó la empresa y cuál fue la estrategia para posicionarse como líder en el mercado?

La empresa inicia en el año 1992 con la visión de Claudio y Francisco "Paco" Rodríguez de proveer a las ciudades de servicios e infraestructura que las marcas puedan estar interesadas en apoyar, basándose en el equipamiento urbano con espacios publicitarios y trabajando con el sector público en lo se conoce como alianzas público-privadas. El fruto de este trabajo a lo largo de más de tres décadas nos posiciona en el mercado como líderes en mobiliario urbano OOH. Sumado a esto, aspiramos a tener soportes únicos y

especiales, acompañado de tecnología e innovación, con una propuesta de valor diferenciada y un servicio pos venta que se destaque, donde más allá de los soportes publicitarios, ofrezcan un elemento diferenciador de forma a que las marcas acompañen un propósito mayor como experiencia.

¿Cómo consideras a la industria de la publicidad en Paraguay?

Recientemente, en el mes de noviembre del 2024, la APAP (Asociación Paraguaya de Agencias de Publicidad) publicó su "Informe de Volumen de Inversión Publicitaria en Medios 2024" con datos muy reveladores y un escenario favorable y alentador, lo que posiciona

a Paraguay en el centro de la discusión a nivel regional.

Dentro del mercado de la publicidad en general, la Publicidad OOH fue la que más creció en el año 2024, con un aumento del 18,1% en relación al 2023, lo que acompaña la tendencia a nivel regional y mundial de crecimiento de nuestro rubro, y lo que muestra su efectividad para comunicar. Este crecimiento fue posible gracias a la innovación y la tecnología de la que dispone hoy el sector, y el abanico de posibilidades que ofrece la Publicidad OOH. El aumento en la inversión refleja la confianza de los anunciantes en el entorno económico y en las estrategias publicitarias

EL DATO

LA EMPRESA RH RODRIGUEZ HNOS SIGUE CRECIENDO Y EXPANDIENDOSE EN EL MERCADO.

LA CIFRA

90
PERSONAS EMPLEA RH DE FORMA DIRECTA E INDIRECTA

diversificadas.

¿Se podría saber a cuántas personas emplea el sector?

En la actualidad no contamos con ese dato a nivel sector, pero sí podemos hablar de nuestra empresa. RH RODRIGUEZ HNOS emplea actualmente 40 personas de manera directa y otras 50 personas de manera indirecta, número que viene creciendo año tras año, con un equipo de colaboradores afianzado y con vasta experiencia que trabaja día tras día en el cumplimiento de la visión y misión de la empresa, continuando con el legado de nuestros fundadores, y comprendiendo el valor y trascendencia de la empresa familiar, tales como el

sentido de pertenencia, la cultura, el compromiso, la empatía y la necesidad de crecimiento constante.

¿Alguna novedad importante habrá en estas semanas y qué se podría adelantar?

Es muy oportuna la consulta, ya que estamos a pocos días de revelar el lanzamiento de una nueva pantalla LED icónica de última generación, ubicada estratégicamente en el corazón financiero y comercial de Asunción, con un formato curvo muy innovador. Este proyecto representa un hito en la estrategia que estamos llevando a cabo de innovación y digitalización de la Publicidad OOH en el mercado local.

ENTREVISTA

Educación, innovación y desarrollo fueron los ejes de trabajo

En el 2024, la Unión Industrial Paraguaya fortaleció a 7.000 mipymes en el país

prensa@5dias.com.py

La Unión Industrial Paraguaya cerró un 2024 lleno de avances significativos, reafirmando su compromiso con el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de la industria nacional. Con foco en la innovación, sostenibilidad, vinculación empresarial y educación, el gremio industrial presentó los resultados de un año marcado por el impacto positivo en múltiples sectores.

Durante el 2024, cerca de 7.000 mipymes fueron asistidas a través de una amplia gama de actividades, incluyendo webinars, talleres presenciales y eventos de vinculación técnica y comercial. Los programas realizados en colaboración con diferentes entidades interinstitucionales permitieron a estas empresas acceder a un apoyo integral para su crecimiento y consolidación.

A través del Club Mipymes, 2.064 mipymes participaron en 18 eventos, destacando la realización de tres ruedas de negocios que generaron intenciones de negocio por un total de US\$ 5.199.272.64. Además, 79 mipymes participaron en visitas técnicas a industrias de referencia, y 245 personas asistieron a 3 encuentros de networking. También, 74 mipymes tuvieron la oportunidad de exponer en 2 ferias organizadas por la UIP.

El Centro de Desarrollo Empresarial San Lorenzo brindó 2.405 asesorías personalizadas a mipymes y organizó 36 talleres presenciales, mientras que, a través del proyecto "Transición de empresas paraguayas hacia una economía sostenible y libre en carbono" del programa AL Invest Verde, 90 mipymes fueron beneficiadas con la medición de huella de carbono. Adicionalmente, 180 empresas fueron sensibilizadas sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

A nivel nacional, el programa Mipyme Compite fortaleció a 364 mipymes



La UIP es un pilar fundamental para el crecimiento de las empresas

en términos de desarrollo empresarial. Dentro del programa, 36 proyectos de innovación recibieron fondos no reembolsables. Asimismo, se crearon 6 nuevas unidades de servicios especializados dentro de la UIP, que logró alcanzar la certificación ISO 9001/2015.

En el área de innovación, el Laboratorio de Innovación e Investigación-Labii sensibilizó a 415 empresas y ofreció mentorías a 230 mipymes, mientras que 100 empresas desarrollaron planes de acción en innovación.

A través de los consultorios empresariales, se realizaron 140 vinculaciones con entidades públicas y privadas donde el 90% fue utilizado por mipymes. Por otro lado, el Centro de Eventos de la UIP organizó 352 encuentros corporativos, mientras que el Centro de Estudios Económicos (CEE) publicó 45 informes basados en investigaciones de campo, ofreciendo valiosa información para la toma de decisiones.

Además, el Centro de Promoción Internacional facilitó la internacionalización de 2.774 empresarios, con-

solidando la presencia internacional de las empresas paraguayas a través de 392 misiones empresariales y 7.373 reuniones en ruedas de negocios.

Enrique Duarte, presidente de la UIP, destacó la importancia de estos logros como parte del compromiso continuo de la organización con el desarrollo económico y social del país.

"Estos avances son el reflejo del esfuerzo conjunto entre la UIP, las mipymes y nuestras entidades colaboradoras. Seguiremos trabajando con determi-

nación para fortalecer la industria paraguaya, promover la innovación y crear un ambiente propicio para el crecimiento sostenible y competitivo de nuestros empresarios", dijo el presidente del gremio.

En el área de comercio exterior, el Departamento de Certificaciones y Materia Prima emitió 25.470 certificados de origen para exportaciones. Además, la UIP tuvo una destacada participación en el ámbito internacional.

La UIP Joven trabajó en el fortalecimiento de la cul-

EL DATO

EL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL SAN LORENZO BRINDÓ 2.405 ASESORÍAS PERSONALIZADAS A MIPYMES.

LA CIFRA

7.000

MIPYMES FUERON ASISTIDAS MEDIANTE VARIAS ACTIVIDADES REALIZADAS

EL DATO

LOS PROGRAMAS PERMITIERON A ESTAS EMPRESAS ACCEDER A UN APOYO INTEGRAL PARA SU CRECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN.

tura emprendedora con la capacitación de 1.131 jóvenes a través del FEIP y la promoción de 63 empresas con la campaña "Paraguay Como Vos". La Comisión de Damas, por su parte, sensibilizó a más de 180 familias sobre la importancia de erradicar el trabajo infantil.

Además, permitió que 63 estudiantes viajaran a Alemania para continuar sus estudios e inauguró la Escuela de Negocios UPA Business School con especializaciones en Maestrías, Diplomados y Masterclass que ya suman más de 400 estudiantes.

La Fundación Industrial otorgó más de 25.000 millones de guaraníes en créditos a empresas, promoviendo el acceso a financiamiento para el desarrollo de la industria nacional. Con estos logros, la UIP sigue avanzando en su misión de fortalecer el modelo económico del país, comprometida con la innovación, sostenibilidad y competitividad para el futuro.

prensa@5dias.com.py

ENTREVISTA

Desde Fepama apuntan a un mayor crecimiento

La industria maderera apunta a un mayor crecimiento con inversiones y generación de empleo en el país

La industria maderera en Paraguay está viviendo un auge significativo gracias a una creciente inversión local y extranjera que impulsa su desarrollo. El país cuenta con una riqueza forestal diversa, con extensas plantaciones de eucalipto, pino y especies nativas, lo que lo posiciona como un actor clave en la producción sostenible de madera.

Además, los programas de reforestación y manejo responsable de los recursos naturales fomentaron un equilibrio entre la explotación económica y la conservación ambiental. En los últimos años se instalaron importantes fábricas y aserraderos que incorporan tecnologías de última generación, aumentando la capacidad productiva y la calidad de los productos terminados.

El sector se beneficia de políticas públicas que incentiven la inversión, como exenciones fiscales para proyectos de reforestación y financiamiento a largo plazo para iniciativas industriales. En esta entrevista, el vicepresidente de la Federación Paraguaya de Madereros (Fepama), Juan Carlos Altieri, aborda a profundidad la situación de la industria maderera en nuestro país.

¿Cómo se encuentra actualmente el sector?

Realmente se están dando inversiones muy importantes. Un claro ejemplo es lo que está realizando Paracel en Concepción y esto va a seguir creciendo. Todas las inversiones son importantes para el país porque genera mano de obra. También hay inversiones de otras compañías que están con proyectos similares a los de Paracel y que están buscando vender un paquete.

El sector industrial está logrando una transformación de manera sólida, se está complicando un poco la cosa porque hay una competencia y eso va a depender mucho de los precios. Ahora estamos todavía en carrera, pero si sigue este auge, ya sea para la industria, podemos tener problemas por falta de materia prima.

¿Y cómo está actualmente el sector?

La verdad que muy bien. Hay un antes y un después en el sector. Antes



Fepama es un gremio que experimenta un notable crecimiento

era madera nativa y éramos prácticamente recolectores, hoy ya es madera implantada y somos productores. La madera nativa, si bien es cierto, hay todavía, pero no como para hablar de grandes cantidades, así como para trabajos en escala, por ejemplo, grandes producciones, y el eucalipto te da esa posibilidad.

¿El sector es un actor clave en la generación de empleo?

Por supuesto, la mano de obra que se está generando es muy importante y eso ayuda mucho. Ayuda mucho más todavía para esa zona norte, donde todos sabemos los problemas que tenía y gran parte era por falta de trabajo. Hoy ya eso está inclusive

desapareciendo, se está aliviando mucho más. El sector está generando mucha cantidad de empleo, tanto en Concepción como en Caazapá, donde también existen inversiones importantes. En Caazapá están las mayores reforestaciones para madera sólida y se está ocupando mucha gente.

¿Cuántas empresas están agremiadas a la Fepama?

Hay más de 100 empresas y creemos que irá en aumento. Nosotros estamos trabajando con mucha tecnología y se están haciendo muchas investigaciones. La plantación requiere muchísima mano de obra porque no está aún mecanizada. La mayor parte del trabajo se

El sector se beneficia de políticas públicas que incentiven la inversión, como exenciones fiscales para proyectos de reforestación y financiamiento a largo plazo para iniciativas industriales"

EL DATO

EL SECTOR MADERERO PRESENTA UN NOTABLE CRECIMIENTO CON INVERSIONES EN CONCEPCIÓN Y CAAZAPA

hace a mano.

Únicamente para las reconexiones las empresas reforestadoras tienen máquinas modernas, pero la plantación se está haciendo hasta hoy día manualmente. Los cuidados culturales también se hacen manualmente.

El sector requiere mucha mano de obra. Yo creo que el Producto Interno Bruto (PIB) del sector forestal a corto tiempo tiene que aumentar. Tiene que aumentar por la cantidad de mano de obra que se está generando y también lo que se está produciendo.

Se produce energía, se produce chapa, de todo se produce prácticamente y esperemos que siga este crecimiento del sector para que las empresas sigan colaborando fuertemente en la generación de desarrollo de nuestro país a través de las inversiones y la creación de fuentes de trabajo.



La crisis de asequibilidad de la vivienda



DENIZ
IGAN
FMI



En el promedio de los países, la vivienda es menos asequible hoy que durante la burbuja de los precios inmobiliarios que precedió a la crisis financiera mundial de 2007-2008"

La pandemia y el posterior retorno de la inflación desencadenaron la peor crisis de asequibilidad de la vivienda en más de una década. Esa crisis se propagó por algunas de las economías avanzadas más grandes y contribuyó a un sentimiento de enojo y resentimiento generalizado en relación con las condiciones económicas.

La asequibilidad se redujo en Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Canadá, Alemania, Portugal y Suiza. En el promedio de los países, la vivienda es menos asequible hoy que durante la burbuja de los precios inmobiliarios que precedió a la crisis financiera mundial de 2007-2008, según un conjunto de datos de reciente creación.

Esto sitúa a la vivienda a la cabeza de las preocupaciones más acuciantes de los hogares, por encima de la salud y la educación, según las encuestas de opinión pública en todo el mundo (Romei y Fleming, 2024). Es un problema de primer orden para las autoridades de muchos países, dada la función clave que la vivienda desempeña en la actividad económica. A diferencia de otros activos, la vivienda tiene un componente social y los ciudadanos a menudo consideran que ser propietarios de su vivienda es un derecho, aunque motivos especulativos también pueden acelerar la inversión inmobiliaria y hacer subir los precios.

La crisis de la asequibilidad se debe al aumento de los costos de endeudamiento que se ha producido desde que los bancos centrales subieron las tasas de interés para frenar la inflación. Al mismo tiempo, la escasez de vivienda y la elevada demanda propiciada por una marcada conformación de nuevos hogares mantuvieron los precios en niveles altos. La compleja coyuntura económica tras la pandemia sacó a la luz problemas estructurales que llevaban

mucho tiempo gestándose en el mercado mundial de la vivienda.

La asequibilidad de la vivienda es un concepto crucial pero sutil, especialmente en lo que se refiere a las comparaciones entre países con mercados de la vivienda y estructuras de financiamiento muy distintos. Hasta ahora, los indicadores más utilizados, como la relación precio/ingreso o la proporción del ingreso destinada a la vivienda, se centraban razonablemente en el concepto del costo relativo de la vivienda.

Aunque son útiles, estos indicadores no terminan de abarcar la dinámica del mercado hipotecario ni las características típicas de las unidades residenciales y domésticas. Junto con mis colegas de investigación, Nina Biljanovska y Chenxu Fu, intentamos cubrir estas deficiencias mediante un nuevo conjunto de datos de varios países, utilizando un indicador de asequibilidad de la vivienda basado en hipotecas (Biljanovska, Fu e Igan, 2023).

Este enfoque se centra en la capacidad de un hogar para efectuar pagos periódicos de la hipoteca sobre un inmueble típico ocupado por una familia promedio sin escatimar en otras necesidades esenciales. Concretamente, nuestro índice de asequibilidad de la vivienda calcula la relación entre el ingreso efectivo de un hogar y el nivel de ingreso necesario para cumplir los requisitos de concesión de una hipoteca típica. Esto ofrece una perspectiva más matizada de la asequibilidad y complementa otros indicadores. Más de 100 puntos en el índice de asequibilidad de la vivienda indican una mayor asequibilidad, y los valores por debajo, menos asequibilidad.

Calculamos el índice para 40 países a lo largo de los últimos 50 años. Lo que llama la atención es el súbito deterioro de la asequi-

bilidad en los últimos dos años. En Estados Unidos, la economía más grande del mundo, la asequibilidad de la vivienda se desplomó de aproximadamente 150 puntos en 2021 hasta en torno a 85 puntos en 2024. En el Reino Unido, el índice de asequibilidad registró un descenso desde 105 puntos en 2021 hasta poco más de 70 en 2024.

Se observaron caídas similares en Austria, Canadá, Hungría, Polonia, Portugal, Türkiye y los países bálticos. Esto supone una reversión repentina de la mejora general de la asequibilidad que venía registrándose en las últimas décadas. Como la reaparición de la inflación, este drástico cambio de tendencia tuvo un enorme impacto psicológico en muchos hogares.

¿Cómo ocurrió esto? Durante la recesión causada por la pandemia de COVID-19, los precios de la vivienda se dispararon en muchos países (Ahir et al., 2022), lo que constituyó una ruptura con crisis económicas anteriores, en las que los mercados de la vivienda normalmente debilitaban (Igan, Kohlscheen y Rungcharoenkitkul, 2022). Esto se debió a una combinación de factores de oferta y demanda, incluidas las restricciones a la construcción relacionadas con el confinamiento. El rápido e inesperado encarecimiento de la vivienda hizo temer una corrección inminente de los precios.

Cuando los bancos centrales de todo el mundo empezaron a subir las tasas de interés para luchar contra la inflación, muchos observadores esperaban que por fin se produjera esa corrección. En efecto, los precios de la vivienda se enfriaron ligeramente, pero mucho menos de lo previsto, incluso cuando las tasas hipotecarias aumentaron. Analizar la evolución de la asequibilidad de la vivienda a lo largo del tiempo y sus factores determinantes ayuda a entender lo que está ocurriendo.

BRASIL

El ejemplo del vertiginoso proceso de urbanización

São Paulo recupera su centro con un plan de modernización de edificios

Elizabeth Johnson- FMI

São Paulo –la ciudad más grande del hemisferio sur, con una población de casi 11,5 millones– tiene un déficit habitacional de 400.000 unidades. Esta cifra supera el número total de residencias en Washington D. C. o San Francisco.

La ciudad y el resto de Brasil están haciendo un nuevo intento por solucionar un problema que se ha vuelto inseparable de la política local y nacional. En esta ocasión, São Paulo está aplicando lo aprendido hace más de 10 años, cuando el gobierno federal lanzó un programa masivo de viviendas de interés social; este programa permitió añadir más de 8 millones de unidades habitacionales, pero fue muy criticado por aumentar la desigualdad y contribuir a la expansión descontrolada de la ciudad.

São Paulo es un claro ejemplo del vertiginoso proceso de urbanización que ha transformado Brasil en los últimos 60 años. Desde 1960, el porcentaje de la población que vive en zonas urbanas creció del 45% al 87% en todo el país. El área metropolitana en expansión de São Paulo, con una población de 20 millones, incorporó aproximadamente 2 millones de nuevos residentes en los últimos 10 años, según el instituto de estadísticas de Brasil, IBGE.

La ciudad es el principal motor de la economía brasileña. Con una historia de crecimiento desordenado, São Paulo ha sido el destino de grandes oleadas de inmigración de Europa, Asia y Oriente Medio, así como



también de otras partes de Brasil. Desde principios del siglo XX, olas de retirantes –como se conocía a los migrantes de la región pobre y árida del noreste– se dirigieron a São Paulo en busca de trabajo y una vida mejor.

Entre ellos estaba Luiz Inácio Lula da Silva, quien en 1952 llegó a la ciudad con siete años. Lula asumió su tercer mandato como presidente de Brasil el año pasado, tras haber ejercido ese cargo entre 2003 y 2011. Su gobierno actual está ampliando Minha Casa, Minha Vida (MCMV), Mi Casa, Mi Vida, una política de vivienda que él mismo lanzó en 2009.

El expresidente Jair Bolsonaro, antecesor de Lula, recortó drásticamente el programa durante su gobierno. Pero Lula reactivó el MCMV tras su reelección

en 2022; para ello amplió los subsidios, redujo las tasas de interés y aumentó los valores máximos de las propiedades. En un año, se vendieron más de 1 millón de unidades, la mitad de la cifra que se había fijado como meta para fines de 2026.

Desde su lanzamiento, las familias en el umbral de más bajo ingreso del programa (con ingresos que no superan los US\$ 516 al mes) pueden acceder a viviendas gratuitas disponibles a través de sorteos a nivel local. Pero en los primeros años del programa, la mayoría de los nuevos proyectos se encontraban lejos de los centros urbanos. Los detractores sostienen que el programa agravó la desigualdad al relegar a los más necesitados a zonas periféricas con servicios públicos insufi-

cientes, lejanas a los centros laborales y con largos trayectos en un sistema de transporte público a menudo saturado.

Por esa razón, más de la mitad de los ganadores del sorteo terminaron renunciando al programa, según un estudio de beneficiarios realizado en Rio de Janeiro, la segunda ciudad más grande de Brasil. “Los ganadores rechazaron una vivienda gratuita al considerar que mudarse implicaba alejarse de sus trabajos y de su red de apoyo social”, comentó el economista Carlos Alberto Belchior, uno de los autores del estudio.

Los investigadores concluyeron que el programa no había logrado reducir la pobreza. Según la ubicación de la nueva vivienda, los beneficiarios tenían

menos probabilidades de mantener un empleo formal después de mudarse. En zonas con limitaciones de empleo e infraestructura, los residentes pasaban menos meses al año en empleos formales y presentaban mayores tasas de rotación laboral.

El programa renovado de la administración Lula, relanzado en 2023, incluye más incentivos para mejorar el acceso a empleos y servicios. Se basa en el “Plan Maestro” de desarrollo urbano de São Paulo, aprobado en 2014, cuando Fernando Haddad, hoy ministro de Hacienda, era alcalde.

El plan se propone aumentar la densidad de población en los corredores de transporte urbano, permitiendo que los desarrolladores construyan edificios

más altos, pero que a cambio aumenten el número de viviendas más pequeñas y de bajo costo. El plan duplicó las áreas prioritarias –incluido el centro moribundo de la ciudad– para la construcción de viviendas de interés social, y destinó una gran proporción del presupuesto para vivienda a la compra de terrenos para proyectos de interés social.

La zona céntrica, que fuera el centro cultural de la ciudad, ha caído en una espiral de decadencia desde fines de la década de 1960, cuando el sector bancario se trasladó primero a la todavía icónica Avenida Paulista y luego más lejos a su actual ubicación en la Avenida Faria Lima. En consecuencia, se estima que un 20% de los edificios de la zona céntrica se encuentra actualmente desocupado.