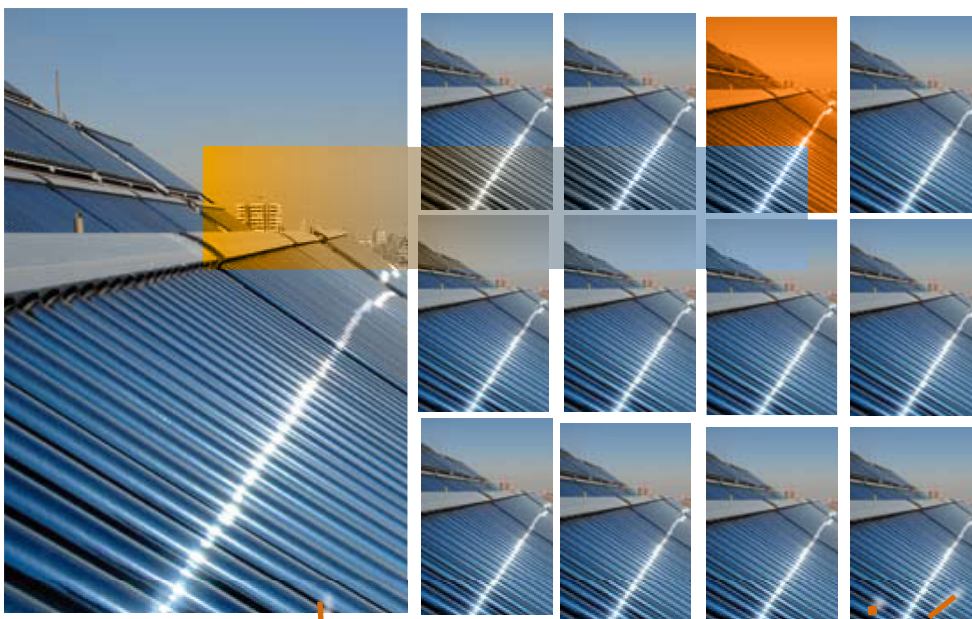


A DOS AÑOS DE QUE FINALICE EL BENEFICIO, constructoras y empresas inmobiliarias evalúan los principales alcances de este subsidio. El proceso ha sido lento. Falta desarrollo de mercado, claridad en la información y en el correcto foco del beneficio. Pese a que se le ve como una buena iniciativa, abundan las dudas.

ALEJANDRO PAVEZ V.
Periodista SustentaBiT

FRANQUICIA TRIBUTARIA A LOS SST



En observación

PARA ENTENDER EL DESARROLLO de este controversial beneficio debemos hacer algo de historia. La ley N° 20.365 que establece la Franquicia Tributaria respecto a Sistemas Solares Térmicos (SST) fue oficializada el 19 de agosto del año 2009 y su reglamento fue publicado en el Diario Oficial el 26 de mayo de 2010. Desde esa fecha, pasaron tres meses (90 días a partir de la publicación del reglamento) para que recién la ley entrara en vigencia. Así, aquellas obras cuyos permisos de edificación se hayan otorgado a partir del 1 de enero de 2008 y su recepción municipal después del 26 de agosto de 2010 (promulgación de la ley) y antes del 31 de diciembre de 2013, podrán acogerse al subsidio.

Este dato no es menor, al contrario. Y es que uno de los puntos que genera más inquietud en las constructoras e inmobiliarias es la percepción de que se perdieron cerca de dos años para poder sumarse al beneficio. “Por demoras en la aprobación del reglamento y de la inscripción en la SEC de los equipos, aún no ha sido posible ocupar y obtener las ventajas de la franquicia”, señala Ignacio Santa María, gerente técnico de Inmobiliaria Armas, que este año piensa acoger



tres proyectos al subsidio. Misma opinión tiene Pablo Medina gerente general de Inmobiliaria Fundamenta que posee 12 proyectos con SST. “El beneficio se termina el 2013. Se perdieron casi dos años en tramitar el reglamento de aplicación, por eso recién está siendo conocido y ocupado”. “Para convencer al mercado hay que tener un período más largo”, advierte Esteban Montero gerente de proyectos de Inmobiliaria Actual.

DURACIÓN

“Nos faltó información. Hubo un desconocimiento general entre proveedores, y nosotros. No es fácil que se masifique un mercado tan tecnológico como el solar térmico. No es sencillo para el ministerio de Energía y tampoco para quienes lo queremos usar”, reflexiona Gastón Sánchez de constructora Santa Beatriz que ya cuenta con un proyecto andando con SST y 9 más en carpeta. El tiempo transcurrido entre la oficialización de la ley, la publicación de su reglamento y posterior promulgación generó una brecha y un distanciamiento importante respecto al beneficio. La incertidumbre de saber cuándo se ponía en marcha, generó desconfianza en el mercado. Por otra parte, su complejidad ha hecho más engorrosa su aplicación. La postulación es “poco amigable”, eso dicen los involucrados. “Es compleja, como toda nueva ley que tiene tanto organismo y cruce de información. Pero el mismo uso va a permitir que se vaya acomodando a partir de que se generen las confianzas en el mercado. Hasta ahora está muy rígida por el hecho de que se pueda abusar de ella”, comenta Sánchez.

Para Esteban Montero, el problema radica en la falta de información y experiencia. “Incorporar una innovación en la construcción cuesta mucho. Estamos acostumbrados a utilizar los mismos productos. Mientras no aparezca alguien que ya lo haya probado, con experiencia, recién ahí se empieza a aplicar”. El mercado parece no estar para especulaciones. “La ley está tan a prueba de fraudes que la hace muy difícil de aplicar. Los cuidados del sacristán matan al señor cura”, sentencia Santa María.

Un poco más claro. Acá la información parece ser clave. El ministerio de Energía, la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) y su Corporación de Desarrollo Tecnológico, entre otras entidades, han difundido ampliamente la ley; sin embargo, lo que no se puede negar es que la brecha temporal que se dio entre su designación y promulgación, provocó el distanciamiento. Para las empresas consultadas, la percepción es general: se perdieron dos años. “Es necesario que el beneficio dure un par de años más. En nuestro caso los paneles solares estarán en funcionamiento a mediados de este año y después hay que tener experiencia de consumo. Sólo vamos a tener 2 años para probar y después se va a acabar la franquicia”, comenta Montero. “El beneficio debería prorrogarse y después ir disminuyendo gradualmente, ya que se supone que estas tecnologías irán bajando de valor y serán paulatinamente más asequibles”, complementa Pablo Medina.

Por otra parte, la ley establece que las inmobiliarias tienen la obligación de responder ante fallas de los sistemas durante los primeros cinco años de aplicación, además, de financiar una inspección después de un año de la recepción de la vivienda. Para Ignacio Santa María, esto “puede producir un problema al no poder verificar los daños por alguna razón: robos o deterioros de los equipos”. Es un gasto que debe asumir la inmobiliaria.

DESARROLLO

Para que esta franquicia funcione, necesita un mercado que la sustente. El tema de la calidad de los equipos es primordial. Y es que si la tecnología funciona mal, generará descontento en los usuarios y su utilización será menor. Un punto negativo de todo este sistema, es que el mercado solar no ha respondido a las necesidades de la franquicia. “Cuando en septiembre del 2010 presentamos nuestra declaración jurada y nos acogimos a la franquicia tributaria, recibimos noticias del SII de que no podíamos acogernos. Nuestros acumuladores no estaban registrados en la SEC. El laboratorio que trabajó con nosotros no estaba

Las obras cuyos permisos de edificación se hayan otorgado a partir del 1 de enero de 2008 y su recepción municipal después del 26 de agosto de 2010 y antes del 31 de diciembre de 2013, podrán acogerse al beneficio.



El proyecto solar tiene que cumplir con estándares mínimos de aporte solar a las viviendas que se benefician.

en condiciones de certificar”, cuenta Gastón Sánchez. En términos generales, el equipamiento a instalar tiene que estar aprobado por una empresa de certificación reconocida por el Estado. “El proyecto solar tiene que cumplir con estándares mínimos de aporte solar a las viviendas que se benefician, es decir, no se trata de instalar cualquier cosa”, dice el gerente general de Fundamenta.

“El Estado, en este caso, está pagando para que las cosas funcionen. Pero es una inversión importante en una tecnología que para nosotros sigue siendo nueva. Te dicen que los paneles son alemanes, o chinos con tecnología alemana. Finalmente, son muchas cosas que no manejas técnicamente para decir si va a funcionar o no”, argumenta Esteban Montero. La franquicia apunta justamente a ello. A desarrollar un mercado. Pareciera ser que éste no ha respondido como se quiere. No obstante, es una opinión generalizada de los entrevistados el hecho que en un corto plazo, serán los mismos usuarios quienes exigirán SST en sus viviendas nuevas. “En 5 años más, la gente va a querer un panel solar, aunque le cueste 30 UF más, porque sabrá que va a funcionar”, enfatiza el gerente de proyectos de Actual.

FOCO

Pese a lo anterior, la mayor preocupación de las empresas consultadas es el foco de este beneficio. Recordemos que esta franquicia está dirigida a la empresa constructora quien es la que recupera la inversión por medio de descuentos impositivos una vez presentada su declaración jurada en el SII. Pero, ¿por qué la constructora si ella normalmente corresponde a un contratista de la inmobiliaria, quien es —en definiti-

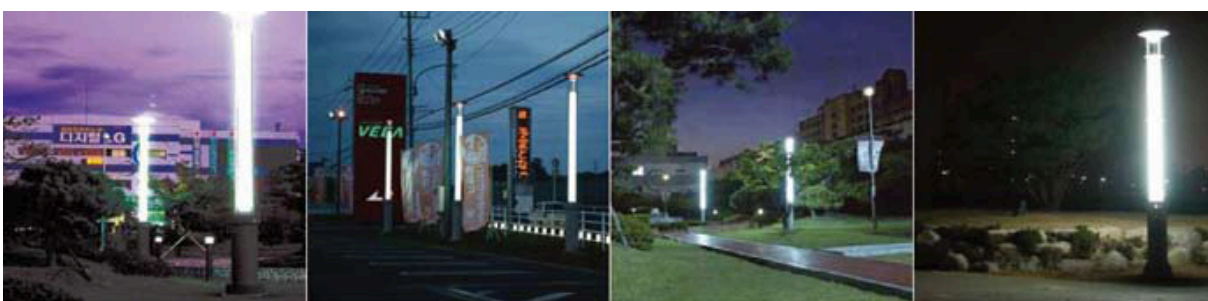
va— la que financia y realiza los proyectos? Esa es la gran pregunta. Si bien gran parte de las empresas participan en los dos rubros, muchas sólo se dedican a uno. “La inversión es alta para las inmobiliarias y no lo reciben directamente”, plantea Pablo Medina. Claro. Y es que la implementación de estos sistemas térmicos implica un costo importante para las empresas de desarrollo inmobiliario, si consideramos que hablamos de una tecnología relativamente nueva. La franquicia las hace invertir y no necesariamente obtener inmediatamente el beneficio. Deben recibir primero la recepción municipal y luego la constructora declarar y acogerse al subsidio. De eso puede pasar un buen tiempo.

Cómo se recupera la inversión. Todo parece indicar que el camino se dirige a un acuerdo privado entre las partes (constructora e inmobiliaria). Un tema netamente financiero. “La constructora nunca va a ser la que genere el proyecto, en nuestro caso da lo mismo, porque son nuestros socios. Pero, no sé cómo lo hacen las otras inmobiliarias. Porque ellas hacen la inversión y cómo la recuperan con la constructora, ¿en función de compromisos de garantía? Hay todo un tema ahí, que, como es nuevo, no se sabe cómo se va a solucionar. Es una complicación de los flujos, no de contratar el proyecto con la constructora”, aclara Montero. La experiencia de Pablo Medina habla de que “la inmobiliaria se beneficia igual al especificar este sistema en su proyecto sanitario. Y celebra con la constructora un contrato a suma alzada que lo incluye. Nosotros lo hemos hecho así y no ha habido problemas”. De todos modos, esto no es garantía. Todo depende del grado de acuerdos que la inmobiliaria realice con la constructora.

La franquicia tributaria a SST cada vez está más en boga. Hay un interés real de las empresas por conocerla y sumarse con algunos de sus proyectos; no obstante, es necesario mostrar sus resultados concretos. Aún se espera una primera evaluación por parte del ministerio de Energía. Sin embargo, más allá de los desafíos a superar, las expectativas son altas y la franquicia se ve como una buena oportunidad. Educar al mercado, eso sí, es fundamental para difundir el uso de este beneficio y las ventajas de los SST. ①



Imponiendo tendencias para el ahorro energético



LIFE'S GOOD (LA VIDA ES BUENA) es el eslogan que caracteriza lo que LG Electronics quiere transmitir con la campaña a favor del medioambiente y del ahorro energético que realiza a través de la creación de productos ecológicos que disminuyen los niveles de contaminación tanto a nivel internacional como en Chile.

Esta vez la gestión de LG se centra en un mejor uso de la energía, a través de la utilización de un sistema de iluminación y climatización de primera tecnología que permitirá una disminución significativa en el gasto de electricidad que se registra en todo el país.

Roldán Díaz, gerente de Desarrollo de LG Electronics, explica que se trata de concientizar que es posible disminuir el uso de electricidad y ahorrar dinero en el proceso. Siendo las nuevas construcciones, edificios de oficina y hoteles, como futuros grandes generadores de energía, los que inicien el cambio.

"En Chile nuestra matriz energética está constituida por hidroeléctrica y termoeléctrica. Si no hay lluvia no hay energía y tenemos que recurrir a la termoeléctrica que genera altos niveles de contaminación con la quema de combustibles fósiles", comenta Díaz.

Es por esto que LG Electronics busca propiciar una tendencia de ahorro energético en base a la utilización de dos de sus productos ecológicos: la iluminación por led (Light-Emitting Diode: diodo emisor de luz) en estado sólido y los equipos de climatización con tecnología Multi V.

"La iluminación que ofrece LG a través de led no sólo consume un séptimo de lo que gasta una ampollita cualquiera, sino que aporta muy poco calor al ambiente, ya que toda la energía que consumen se transforma en luz y no en calor", explica Díaz.

Este sistema cuenta con toda una gama de productos, entre los que están la iluminación PLS que es vía magnetrón para grandes áreas como estadios y galpones; hasta la ampollita de 5 watts que es la típica para las lámparas.

Con respecto a los equipos de climatización con tecnología Multi V, éstos no sólo permiten tener climas individualizados por oficina o espacio, sin importar variación de horarios, sino que el sistema que utilizan sólo consume energía por el espacio en el que está

funcionando el servicio.

"Por ejemplo, un hotel puede generar un gasto del 46% de la energía por el uso de sistemas de climatización (aire acondicionado y calefacción); y un 20% por iluminación. Estos tres factores representan el 66% de la cuenta de la luz, porcentaje que podría ser menor para el operario hotelero si es que contase con los equipos adecuados", explica Díaz.

En este caso, Díaz indica que lo primero que hay que hacer es poner un buen vidrio que bloquee un poco los rayos del sol en verano, para que así el ambiente no se caliente tanto y no sea necesario un equipo acondicionado tan grande. Junto a la implementación de una buena iluminación con led como la que brinda LG. "Si yo logro reducir estos parámetros primarios estoy bajando la carga térmica del hotel o edificio".

Si bien estos sistemas de iluminación y climatización no son nuevos en el mercado europeo, en Chile aún existen paradigmas debido a los costos que éstos generan. La gestión de LG Electronics, en este sentido, se diferencia en que la compañía no sólo vende los equipos, sino que está presente durante todo el proceso de instalación, brindando un año de garantía a partir de la puesta en marcha del edificio.

"Además junto con la Universidad de Santiago hemos capacitado a varias empresas para que hagan el mantenimiento adecuado a nuestros equipos", acota Díaz.

El sistema de iluminación de LG Electronics ofrece un ahorro energético y financiero significativo, ya que éste tiene una vida útil de 10 a 12 años sin ser cambiado, porque son de estado sólido y no tienen el filamento que se quema. Además el costo es más barato que el de una ampollita común y corriente, la cual puede costar alrededor de 3.000 pesos, y tiene un periodo de vida de 3 años. En cambio el sistema led tiene un costo de 8.000 pesos, pero al tener una vida útil mayor a la larga va a ser más barato.

Finalmente Díaz señala que si bien los gastos de implementación en la climatización que proporciona la compañía son muy similares a los de un sistema tradicional de agua fría, con respecto al precio por mantenimiento e instalación, "no mezclamos peras con manzanas, el nivel de calidad que brinda LG es otra cosa por el mismo precio".