

MERCADOS &
ESTRATEGIAS
UN PORTAFOLIO
A LA MEDIDA
DEL INVERSOR
URUGUAYO

COMERCIO DIGITAL LOS AMORTIGUADORES DE LA CRISIS MACROECONOMÍA
LAS RELACIONES
COMERCIALES ENTRE
ESTADOS UNIDOS
Y URUGUAY

SUPERBLOQUE
ECONÓMICO
QUINCE PAÍSES
DE ASIA PACÍFICO
CREAN EL MAYOR
TLC DEL MUNDO



100% FINANCIADO

En 60 cuotas y empezá a pagar en 2021.

Importa y distribuye Automotores Motor Haus S.A.

Fire to adión exclusiva Spirita i de: Sujeto a accumenta constituita y a contilizione de constituidad en contilizada en contilizada producto contilizada en contilizada producto contilizada en contilizada producto contilizada en con



Director responsable Jorge Estellano

### Consejo Editorial

Ec. María Dolores Benavente
Cr. Juan Berchesi
Ing. Agr. Claudio Williman
Ing. Fernando Puntigliano
Ec. Luis Mosca
Teresa Aishemberg
Dr. Pablo Labandera

Gerente general Carolina Estellano

Gerente Comercial José Olivencia

## Editor

Oscar Cestau

oscar@cronicas.com.uy

### Subeditor

María Noel Durán maria.noel@cronicas.com.uv

## Redacción

Jessica Vázquez

jessica.vazquez@cronicas.com.uy

### Consultores

Jorge Alfaro (Automovilismo)

## Columnistas

Cr. Carlos Saccone Cr. Darío Andrioli Ec. Sofía Tuyaré Dr. Conrado Díaz Rojas Dra. Patricia Tellería

### Colaboradores

Marta Aldunate Magdalena Raffo Eduardo Lanza Ignacio Palumbo

### Departamento de arte Santiago Rovella

santiago@cronicas.com.uy

## Fotografía

María Noel Durán Jessica Vázquez Foto de tapa: Jessica Vázquez

> Impreso en El País S.A.

Depósito legal: 373.529

eciente ñía aut en Uru barco o para pr

ecientemente, desde el Ministerio de Industria se anunció que la companía automotriz estadounidense Ford invertirá cerca de US\$ 50 millones en Uruguay para producir vehículos para la región. Este nuevo desembarco de la firma en nuestro país se llevará a cabo de la mano de Nordex, para producir las camionetas modelo Transit. En base a esta noticia es que Empresas & Negocios consultó a Ignacio Boschi, ejecutivo vinculado

durante más de 25 años con el sector automotriz, quien hizo alusión al impacto de esta inversión tanto para el país como para el sector.

Al mismo tiempo y vinculado con el asunto automotriz, el presidente de la Asociación del Comercio Automotor del Uruguay (ACAU), se refirió a la situación de este mercado en la actualidad. A casi nueve meses de la llegada del Covid-19 al país, el rubro no ha vuelto a ser el mismo. Entre otros temas, hay atrasos en entregas de vehículos que llegan desde el exterior y que tienen su origen en países de la región afectados por la pandemia, y la venta de 0 Km se mantiene a la baja. Sin embargo, anunció que los representantes de las marcas esperan llegar al final del 2020 con cifras no tan desalentadoras como las del pasado año.

Los desarrollos de varias vacunas a la vez y el papel que han jugado los bancos centrales de todo el mundo a la hora de enfrentar la pandemia abren un soplo de optimismo en los mercados globales. En este contexto, en Mercados & Estrategias, el Cr. Carlos Saccone sugiere un portafolio de inversiones para el inversor uruguayo, con el objetivo de dar a conocer al inversor el abanico de alternativas que existen a disposición en el país, a través de instrumentos que pueden adquirirse en la mayoría de los bancos que tienen presencia en Uruguay. A su vez, el experto establece distintos tipos de activos que típicamente componen un portafolio de inversiones, definiendo las respectivas categorías. Tras el acto electoral del 3 de noviembre, Estados Unidos eligió nuevo presidente. En ese escenario, en Macroeconomía, la Ec. Gimena Waller realiza una puesta a punto de la actualidad estadounidense en materia económica y cómo son las relaciones comerciales con Uruguay. La nación del norte es un socio relevante para nuestro país. Como muestra, en lo que va de este año, se ubica en el tercer puesto de exportaciones de bienes, por detrás de China y Brasil -el 8% de todo lo que Uruguay vende al exterior lo compra este país-. En este 2020, cerrado a octubre, las ventas están un 2% por encima del valor exportado en todo 2019.

En materia internacional, quince países de la región Asia-Pacífico convinieron a mediados de este mes la creación del mayor tratado de libre comercio del mundo, con China a la cabeza. La Asociación Económica Integral Regional (Regional Comprenhesive Economic Partnership – RCEP) representa un desafío para Uruguay y el Mercosur, según expertos consultados por **Empresas & Negocios**. Nicolás Albertoni, profesor de la Universidad Católica del Uruguay e investigador asociado del Laboratorio de Política Internacional y Seguridad de University of Southern California; y Marcel Vaillant, doctor en Economía, y profesor titular de Comercio Internacional del Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales de la UdelaR, brindan su opinión sobre esta integración económica.

Desde que llegó la pandemia, el cambio ha sido profundo en lo que refiere a las compras en plataformas de e-commerce o en el uso de aplicaciones para hacer pedidos sin salir de los hogares. La crisis sanitaria ha impactado de manera directa en nuestros hábitos de consumo, y en ese nuevo escenario una interrogante surge en el horizonte: ¿Es el e-commerce la solución para las empresas en el actual contexto? Según las cifras de algunas empresas de comercio electrónico como Mercado Libre Uruguay y PedidosYa, puede concluirse que sí. Representantes de las plataformas hablan de su realidad y de cómo han sabido obtener resultados positivos en tiempos de pandemia.

Están en **Empresas & Negocios**. Pasen y vean...





## **SUMARIO**

## 8

## Mercados & Estrategias

Cómo armar un portafolio a la medida del inversor uruguayo.

## 12

## Macroeconomía

La economía de Estados Unidos y las relaciones comerciales de Uruguay con el gigante del norte.

## 14

## **Negocios internacionales**

Quince países de la región Asia-Pacífico crean el tratado de libre comercio más grande del mundo, con China a la cabeza.

## 18 Informe

A casi nueve meses de la llegada del Covid-19 al país, el mercado automotriz no logra recuperarse, aunque desde el sector esperan cerrar el año con cifras no tan alejadas a las de 2019.

## **23**

### Desarrollo

SimpliRoute, inteligencia artificial para la ruta logística.

## **30**

## Desarrollo

El comercio digital como amortiguador de la crisis en tiempos de pandemia.



## EN SINTONÍA CON EL MUNDO

## Una firma de propósitos definidos

Unilever cumple 75 años en Uruguay y lanzó la campaña "Cada U hace bien", en la que muestra a los consumidores el propósito detrás de las marcas. Además, un estudio realizado por la firma revela que 55% de los uruguayos elige marcas que cuidan el medio ambiente.

omo compañía líder en consumo masivo, Unilever apuesta a la generación de un cambio positivo que permita crear un mundo mejor y forjar un futuro sustentable para las próximas generaciones. Con este objetivo, y en el marco de la celebración de sus 75 años en Uruguay, la empresa llevó adelante un estudio que reveló la preocupación de los uruguayos sobre la sustentabilidad, el cuidado del medio ambiente y el peso que esto tiene a la hora de elegir productos.

La encuesta, ejecutada por la consultora ID Retail, en el marco de la campaña "Cada U hace bien", que fue presentada a los medios, reveló que el 79% de los consultados están motivados en cuidar el medio ambiente y que la amplia mayoría (80%) tiene conductas hacia el reciclaje. Esta preocupación manifestada redunda en que el tema del cuidado del medio ambiente aparezca como la causa sobre la que los consumidores sienten mayor compromiso y empatía con la situación y termina pesando en la decisión de compra y priorización frente a otras causas. En tanto, en la predisposición de compra frente a la elección de dos productos de misma calidad y mismo precio, el 55% elige aquellas marcas que "cuidan el medio ambiente", 22% "cualquiera de las dos", 13% "causas sociales" y 9% "solo busca su marca habitual".

## Por el camino correcto

A su vez, el estudio indaga sobre los atributos que tienen en cuenta los uruguayos a la hora de elegir un producto. Ante la consulta sobre el impacto en el medio ambiente, el 42% contestó "que es muy relevante", el 48 "solo en algunos casos", mientras que el 10% apuntó a que "no tiene relevancia". En tanto, el 48% señaló que siempre evalúa si el envase es reciclable a la hora de comprar un producto, el 29% lo tiene en cuenta "a veces", mientras que el 23% no lo considera. "Estos resultados nos confirman que vamos en el camino correcto ya que Unilever trabaja para mejorar la salud y la higiene, reducir nuestro impacto ambiental y mejorar los medios de vida de las personas", dijo Teresa Cometto, Country Manager de Unilever Uruguay.

Unilever apuesta al desarrollo de un portfolio completo de marcas con propósito involucradas con la comunidad y el planeta en busca de lograr impactos positivos. A través de la campaña que se lanzó recientemente en Uruguay, "Cada U hace bien", la compañía muestra a los consumidores el trabajo que sucede detrás de las marcas que usan.

"Es un gran orgullo que en el 75 aniversario de la presencia de la compañía en Uruguay, el país haya sido elegido como el segundo lugar de América Latina para el lanzamiento de esta campaña, que muestra el compromiso de Unilever con el bienestar de las comunidades", agregó Cometto.

## Las cinco estrellas de la campaña

Cinco marcas forman parte de la campaña: Dove, Nevex, Vim, Rexona v Hellmann's. A través de ellas, Unilever transparenta cómo logra un crecimiento consistente, rentable, competitivo y a la vez responsable.

"Las empresas tenemos la oportunidad y responsabilidad de crear marcas que estén en sintonía con las problemáticas que hoy plantea el mundo y con las preocupaciones de los consumidores. Las marcas con propósito crecen y son una oportunidad de negocio sustentable", indicó Karen Vizental, vicepresidente de Comunicaciones y Sustentabilidad de la compañía. O





## Nueva GLB Subite a un mundo de posibilidades.

Tener la libertad de recorrer el camino que quieras y cuando quieras es más fácil si contás con una GLB. Su tercera fila de asientos te permite viajar con más personas y su sistema multimedia de interacción por voz MBUX aprende y predice tus gustos de manera inteligente.

Llevala desde:

USD 59.990 Imp. incl.





## EN TIEMPOS DE PANDEMIA...

# Un portafolio a la medida del inversor uruguayo

El momento de mayor incertidumbre de la pandemia quedó atrás. Los desarrollos de vacunas y el compromiso de los bancos centrales de todo el mundo permiten ser optimistas con respecto a la evolución de los mercados globales. En este contexto, presentamos una alternativa de portafolio de inversiones para el inversor uruguayo. Lejos de ser la única o ideal, pretende dar a conocer al inversionista local, el sinnúmero de alternativas que existen a disposición en el país.



Escribe: Cr. Carlos Saccone

Carlos Saccone

abitualmente, la construcción de un portafolio de inversiones se lleva a cabo con un horizonte de largo plazo, esto es, varios años. Con el horizonte temporal en mente, el inversor deberá definir el retorno al que aspira y el nivel de tolerancia al riesgo o volatilidad en los mercados al cual se sentirá confortable de exponerse para obtener tal rendimiento. Como siempre en estos casos, a mayor retorno buscado, mayor será el nivel de riesgo al que habrá de exponerse para obtenerlo. Desafortunadamente no hay excepciones a esta regla

clave de las finanzas. De todas formas, las cosas pueden cambiar. Como hemos visto -y si lo habremos observado este 2020pueden variar las circunstancias que definen mi asignación a tal o cual activo, las que harán modificar marginalmente mi exposición con el fin de aprovechar oportunidades específicas. Es así que existe una distribución estratégica o de largo plazo de los activos en un portafolio, y una táctica de corto plazo. Un ejemplo de inversión en un segmento estratégico sería tener acciones de Estados Unidos, mientras que un ejemplo táctico puede ser optar por invertir en el sector de la salud

Me ocuparé entonces en las próximas líneas de brindar algu-

nos detalles que pueden asistir en la construcción de un portafolio de inversiones para un inversor uruguayo, que tiene como moneda de referencia al dólar americano, que asume un apetito moderado por el riesgo-en una escala numérica de 0 a 5, seria 2 o 3- y que mantiene un patrimonio invertible de US\$ 100.000.

Todos los instrumentos que se mencionarán a continuación pueden comprarse a través de la mayor parte de los bancos instalados en Uruguay.

Podemos distinguir entre los activos que típicamente componen un portafolio de inversiones a las siguientes categorías:

- 1) Instrumentos de mercado de dinero. Son inversiones de muy baja volatilidad y elevada seguridad, con vencimientos máximos de un año. Liquidez pura, depósitos a plazo, bonos muy alta calidad (AA o superior) que vencen en 2021, letras de tesorería, serían todos inversiones que podrían entrar en la categoría de mercado de dinero, debido a su liquidez y/o vencimiento casi inmediato y alta calidad.
- 2) Instrumento del mercado de deuda. Más conocidos como bonos, títulos emitidos tanto por gobiernos como por empresas, representativos de obligaciones de los emisores, con el compromiso de pago de capital e inte-

reses en fechas predeterminadas 3) Instrumentos del mercado de capital, o acciones. Muy importante distinguirlos del capítulo previo, dado que aquí la "apuesta" es al crecimiento del sector o compañía en cuestión y eventualmente al pago de dividendos, aunque no representa una obligación del emisor.

4) El último capítulo es el denominado de inversiones alternativas. Commodities, inversiones inmobiliarias diversificadas, oro, o incluso obras de arte; todos caen en este segmento. El objetivo aquí es agregar activos con muy baja o nula correlación de precio con los tres anteriores, con el objetivo de levantar levemente el rendimiento y minimizar más el riesgo.

En contrapartida, una de las

peores inversiones para 2021 será, muy seguramente, una vez más, los depósitos a plazo en dólares. Basta mirar las tasas que pagan los bancos locales (si le pagan, desconfíe) para ver que ni siquiera compensan la inflación de Estados Unidos. La única certeza que se puede tener entonces es que, en términos reales se perderá capital. Poco para agregar en este caso.

De forma tal que necesitamos minimizar este capítulo, eso sin descuidar un típico "fondo de emergencia", pero no tendría en el capítulo 1 más de un 15% del total. De todas formas, lo dividiría en partes iguales en: a) liquidez absoluta en dólares; y b) letras o depósitos en pesos a plazo fijo, donde aquí sí existen tasas más atractivas. Si asumimos como mínimo estabilidad en el dólar, esta asignación en pesos podría implicar un buen componente de retorno. Mi expectativa de retorno para este capítulo es de un piso de 3%, pensando en 0% los dólares, 6% los pesos (letras o depósitos a plazo fijo a 90 días) asumiendo estabilidad en el tipo de cambio.

El capítulo 2 abarca a los bonos. Es el segmento con el potencial de proveer un determinado flujo de fondos, que puede resultar muy atractivo. Podemos encontrar bonos de diversa naturaleza y categoría crediticia. Desde los más seguros del mundo (desde el punto de vista de crédito) como los emitidos por el Tesoro de los Estados Unidos, hasta otros extremadamente riesgosos por sus altas probabilidades de default (Argentina). Ahora bien, cuando miramos los retornos de los bonos soberanos de Estados Unidos hay que transportarse a 30 años para atrás para llegar a un rendimiento anual de menos de 2%. No luce demasiado atractivo, sobre todo pensando en que no es imposible que suban (o sea que sus precios bajen). De todas formas, siempre es importante mantener algo en US Treasuries, que sirven como ancla del portafolio para momentos de alta volatilidad. Recomendamos hacerlo a través de un fondo de inversión por ejemplo como el JP Morgan US Aggregate. Son el colchón de la cartera, y por las consideraciones anteriores asignaría otro 15% a este segmento.

Siguiendo en el capítulo bonos,

## **ENVÍO FARMA**



www.correo.com.uy

comercial@correo.com.uy

Tel. 29160200 / Int.120





Un servicio especialmente diseñado para el transporte de productos farmacéuticos de forma fácil y segura.





otro 20% lo concedería a bonos de mercados emergentes aunque aquí es complejo entrar a hacer lo que se conoce como "cherry picking". ¿Cuánto conozco de la empresa emisora? Nuevamente existen alternativas en fondos de inversión de bonos de mercados emergentes bien diversificadas y con potenciales retornos atractivos del orden del 4%-5%. Fondos de MFS Meridian, Aberdeen-Standard, JP Morgan, todas casas con mucha experiencia y muy buenas estrategias en estos mercados. Un 25% en este segmento luce razonable, teniendo en cuenta, además, oportunidades de subvaluación que en general detectan los gestores.

Haré una excepción a mi obsesión con la diversificación al sugerir el bono emitido por Uruguay con vencimiento en 2028, denominado en pesos. Pienso que aún se mantiene como oportunidad con un retorno esperado al vencimiento del orden del 7%. Con el contexto actual de tasas 0% en dólares por varios años más, una intención expresa de BCU de bajar la inflación, también caídas en las tasas de interés locales, pienso que este título mantiene su atractivo, por lo que si fuera mi portafolio, destinaría 10% al mismo.

Para el capítulo 3 prefiero ser un poco más conservador atento al perfil objetivo del inversor. Sin embargo, es importante destacar la relevancia de este capítulo muchas veces subestimado. Vivir de renta fijas en dólares como en los años 90 ya no es posible. Hay que tener acciones para tener retornos. Las perspectivas para el mercado de acciones son buenas, aunque no son fijas. Es muy importante que la inversión en acciones sea un "proceso", una estrategia, no un día, no una semana. La construcción de esta porción de mi portafolio debe durar algunos meses. Así, a través de la conocida como "técnica de los promedios" evito entrar en un muy mal día del mercado y mi ahorro la chance de estar 0-3 a los cinco minutos de partido. Vale la pena destacar el buen momento y perspectivas para el mercado de acciones en general y en particular en Estados Unidos y Europa, debido a mejoras previstas para cuando comience la vacunación masiva. Tiene sentido asignar 15% a Estados Unidos y 10% a Europa a través de ETFs como el SPY, o DIA en el caso de Estados Unidos.

Por último, para el 10% que queda para el capítulo 4, lo asignaría a real estate gobal, lo que se logra a través de ETFs o fondos que replican por ejemplo el índice Nareit, un indicador de REITs (Real Estate Investment Trust) de oferta pública en Estados Unidos. Otra alternativa para aquel tal vez más preocupado por la futura evolución de los mercados es destinarlo a oro,

lo que puede hacerse a través del ETF GLD, dado que éste, habitualmente, "salta" de precio cuando hay incertidumbre repentina en el mercado. Soy más optimista, y pienso que la mejor opción es el real estate global. Llegamos así al final de este rá-

opción es el real estate global. Llegamos así al final de este rápido proceso de construcción de un posible portafolio de inversiones para el año 2021 y más allá. Al evaluar los potenciales retornos de cada uno de los capítulos y ponderar por sus asignaciones, llegamos a una cifra por encima de 6%, lo que luce interesante para un riesgo moderado. Recuerde al realizar inversiones la importancia de la disciplina, la calma en la toma de decisiones, mantener la adhesión al plan original, no vender



Cr. Carlos Saccone Deambrosis

en pánico ni comprar en medio de euforia.

Como dijo Paul Samuelson alguna vez: "Invertir debería ser aburrido, no divertido. Debería ser como ver crecer el pasto o contemplar cómo se seca una pintura. Si querés diversión tomá US\$ 1.000 y andate a Las Vegas" ?



CAPITULO	RETORNO ESPERADO	PONDERADO
A LA VISTA DÓLARES 7.5%	0	0%
DPF PESOS 7.5%	6%	0.45%
US TREASURIES 15%	1%	0.15%
BONOS EMERGENTES 25%	6%	1.5%
URUGUAY 28 10%	7%	0.7%
EE.UU. ACCIONES 15%	10%	1.5%
EUROPA ACCIONES 10%	10%	1%
REAL ESTATE GLOBAL 10%	10%	1%

## PARA TODOS HAY UN AUTO



12 marcas de 0 km y más de 400 usados garantizados. Abierto de lunes a domingo de 10 a 20 hs. en Ruta Interbalnearia y Camino de los Horneros.

Tienda online: carone.com.uy (f) (iii)























## **PUESTA A PUNTO**

## Economía de Estados Unidos y nuestras relaciones comerciales

Sobre principios de noviembre Estados Unidos eligió nuevo presidente. En un marco de pandemia y de crisis mundial, ¿cómo se encuentra hoy la principal economía del mundo y cómo son las relaciones comerciales con Uruquay?

## Escribe: Gimena Waller

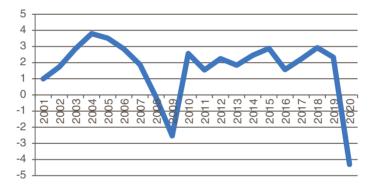
egún la última información disponible, la economía de Estados Unidos creció 7.4% en el tercer trimestre del año, respecto al trimestre anterior. Recordemos que durante el trimestre anterior el país se encontraba en un confinamiento muy pronunciado. A pesar de este crecimiento, la producción sigue estando por debajo de los niveles prepandemia y los datos anteriores son de una recesión técnica, es decir dos trimestres consecutivos de caídas del PIB. El dato muestra que la actividad y el consumo, que es uno de los motores de la economía, están mejorando debido en parte al paquete de estímulo del gobierno de casi US\$ 3 billones. Aun así, casi el 8% de la población se encuentra sin empleo -esto es más de 12 millones de personas-.

Recordemos que en Estados Unidos viven aproximadamente 330 millones de personas, es decir que la población de Uruguay es el 1% de la del país del norte.

## **Evolución del Producto**

Si analizamos cómo ha evolucionado la tasa de crecimiento del

### Tasa de Variación PIB Anual



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Banco Mundial. 2020 = dato provectado FMI de octubre.

PIB de Estados Unidos en los últimos 20 años podemos ver una tasa oscilando entre 2% y 3% de crecimiento anual, con dos caídas muy pronunciadas. Una de ellas hace referencia a la peor crisis financiera desatada en 2008 a causa del colapso de la burbuja inmobiliaria, y la segunda es la que se pronostica para este año 2020 a causa de los efectos del Covid-19.

## Desafíos del nuevo gobierno

Los desafíos que tiene el próxi-

mo gobierno no son menores. Según ha manifestado el nuevo presidente electo, lo primero es controlar la pandemia. En ese contexto, la emergencia sanitaria es uno de los principales puntos a atacar. Para ello ha propuesto medidas y un plan centrado en la creación de empleos y la inversión fiscal en manufactura nacional, desarrollo tecnológico y energías renovables. Para lograrlo, planea una reforma que aumente los impuestos a las grandes empresas y a las personas de más altos ingresos para mejorar la recaudación fiscal.

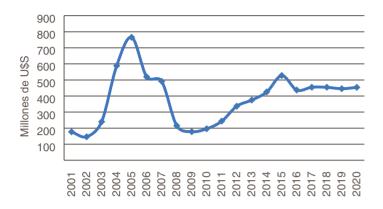
## **Comercio Uruguay – Estados** Unidos

Estados Unidos es un socio relevante para nuestro país. En lo que va de este año, se ubica en el tercer puesto de exportaciones de bienes, detrás de China y Brasil. El 8% de todo lo que Uruguav vende al exterior lo compra este país; esto es casi US\$ 454 millones en el acumulado del año a octubre. A modo de referencia, en todo el año pasado exportamos US\$ 445, así que el dato del 2020 a hoy ya se ubica un 2% por encima del valor de todo 2019.

Si analizamos la evolución de las exportaciones a este destino de los últimos 20 años, vemos que el punto más bajo se encuentra en el año 2002, coincidente con la crisis de nuestro país. Por su parte, el punto más alto de la serie se encuentra en el año 2005. A partir de 2010 comienza una tendencia creciente, y en los últimos cinco años podríamos decir que las exportaciones se han mantenido.

Nuestras exportaciones a Estados Unidos son diversas, pero

## **Exportaciones a Estados Unidos**



Nota: Los datos del 2020 son de enero a octubre inclusive. Fuente: Elaboración propia en base a datos de PentaTransaction.

en lo que va del año casi la mitad de lo que hemos vendido es carne bovina congelada. Le siguen la madera y subproductos cárnicos. A modo de marco, el 20% del total de carne bovina congelada que exporta nuestro país lo compran los estadounidenses (el 60% tiene como destino China).

Respecto a los bienes que compramos con este origen, lo podemos ubicar en el cuarto lugar, detrás de Brasil, China y Argentina. En el acumulado del año hasta octubre, Uruguay ha comprado a Estados Unidos más de US\$ 792 millones, más del 12% del total de nuestras importaciones. En 2019 les compramos US\$ 761, es decir que ya hoy hemos comprado un 4% más que en todo el año pasado.

Si miramos los productos que hemos adquirido, es inmensa la variedad de artículos y rubros, pero en dinero, más de la mitad corresponde al rubro Aceites crudos de petróleo.

Analizando la evolución de las importaciones de Uruguay con origen de Estados Unidos de los últimos 20 años vemos que, al igual que ocurrió con las exportaciones, los valores más bajos se verifican en 2002 y 2003.

El año que más realizamos compras con este origen fue el 2014, cuando destinamos US\$ 942 millones.

## **Proyecciones**

Algunas fuentes estiman que el cuarto trimestre también muestre signos de crecimiento, siempre y cuando por efecto del Covid no se deba volver al confinamiento y a las restricciones masivas. Aun así, la economía es mucho más débil que el año anterior y se proyec-

ta una caída del PIB del 4.3%. Las tasas de interés continúan cercanas a 0 y no es esperable que eso cambie, al menos en el corto plazo; se entiende que los riesgos aún son elevados. Para el 2021, las estimaciones son más optimistas, retornando a la senda de crecimiento: algo por encima del 3%. Por otra parte, el Fondo Monetario Internacional prevé que la tasa de desempleo en Estados Unidos cierre este año en el 8.9% y en el 7.3% el próximo.

## Importaciones de Estados Unidos



Nota: Los datos del 2020 son de enero a octubre inclusive. Fuente: Elaboración propia en base a datos de PentaTransaction.



Gimena Waller
Economista,
integrante del
departamento de
Consultoría de
Carle & Andrioli, firma
miembro independiente
de Geneva Group
International.

## TRAS OCHO AÑOS DE NEGOCIACIÓN

## Superbloque económico

En una cumbre realizada de forma virtual por la pandemia, quince países de la región Asia-Pacífico convinieron a mediados de este mes la creación del mayor tratado de libre comercio del mundo, con China a la cabeza. El acuerdo es visto como una plataforma que beneficia a Pekín, que ahora pasa a jugar el rol de potencia económica en la zona, en detrimento de Estados Unidos. Esta integración económica representa un desafío para Uruguay y el Mercosur, según expertos consultados por **Empresas & Negocios**.

as cifras son elocuentes: quince países, que entre todos suman casi un tercio de la población mundial -2.250 millones de personas-, y el 29% del Producto Interno Bruto (PIB) del planeta –US\$ 26.2 billones, similar al de Estados Unidos-. La Asociación Económica Integral Regional (Regional Comprenhesive Economic Partnership – RCEP), encabezada formalmente por la Asean, la Asociación de países del Sudeste Asiático, pero bajo un claro liderazgo de Beijing, está a punto de lograr un acuerdo comercial que llevó alrededor de ocho años de negociación.

La iniciativa incluye países que se extienden desde Japón hasta Australia y Nueva Zelanda, y entre los beneficios del acuerdo se incluye una eliminación arancelaria de al menos 92% de los bienes comercializados entre los países participantes, así como disposiciones más estrictas para abordar las medidas no arancelarias, y mejoras en áreas como la protección de la información personal y del consumidor en línea, la transparencia y la documentación electrónica.

El RCEP eliminará aranceles a las importaciones por los próximos 20 años e incluye procedimientos aduaneros simplificados, mientras que al menos el 65% de los sectores de servicios estarán completamente abiertos con mayores límites de participación extranjera.

Muchos de los países miembros ya tienen tratados de libre comercio entre sí, pero con limitaciones.

## El origen

Tras la crisis del año 2008, que afectó más a Estados Unidos y Europa, y que no sintió tanto en Latinoamérica, China comenzó su consolidación como actor global relevante, primero buscando for-



talecer su rol de líder en el Asia Pacífico, para después intentar derramar su poderío a lo largo y ancho del planeta. Fue en este contexto que en la Cumbre de Asean de 2012, realizada en Camboya, Beijing manifestó su voluntad de impulsar una zona de libre comercio que incluyera a países del continente asiático -como Malasia, Indonesia y Vietnam- de poderío medio, con

las grandes potencias regionales. Pero no fue sino hasta el 2019 cuando se alcanzó un compromiso más firme por parte de las naciones participantes.

Indonesia, Filipinas, Malasia, Singapur, Tailandia, Vietnam, Brunei, Camboya, Laos, Myanmar, China, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda conforman el selecto grupo. India decidió desmarcarse del acuerdo el año pasado ante el temor de que China le arrebate parte del mercado exportador. Su salida terminó eliminando uno de los mayores impedimentos al pacto, aunque si decide finalmente sumarse, existe una cláusula especial que permite su ingreso.

Para su entrada en vigor, la RCEP deberá ser ratificada al menos por seis miembros de la Asean y tres de sus socios externos.

Para muchos analistas, el interés en el RCEP creció cuando Donald Trump retiró a su país del Tratado de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés). Este acuerdo, que había sido una de las medidas "estrella" de Obama, quedó por el camino a los pocos días de ser investido Trump. Para muchos, era el acuerdo comercial más importante del planeta porque representaba el 40% de la economía mundial, dado que tenía entre sus firmantes a Estados Unidos y a una decena de países del Pacífico.

La guerra comercial entre Estados Unidos y China, y que Trump privilegiara el concepto de "Estados Unidos primero", terminó por impulsar y darle forma final al RCEP.



## Una tendencia que se veía venir

Al hacer alusión al impacto que este acuerdo tiene para el comercio internacional, Marcel Vaillant, doctor en Economía, y profesor titular de Comercio Internacional del Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales de la UdelaR, estableció que en un periodo donde las noticias sobre el comercio internacional vienen concentradas en los conflictos contenciosos comerciales entre China y Estados Unidos, el RCEP reestablece la ruta de una tendencia que ya venía sugerida en la economía mundial. La misma tiene que ver con la necesidad de armonizar muchos acuerdos, a los que denominó como "experiencias mini multilaterales" a nivel de regiones del planeta. "En ese sentido, es como retomar el rumbo luego de ese paréntesis que tuvimos durante la administración de Trump", estableció el experto a Empresas & Negocios.

En la misma sintonía se mostró Nicolás Albertoni, profesor de la Universidad Católica del Uruguay e investigador asociado del Laboratorio de Política Internacional y Seguridad de University of Southern California, quien estableció que este acuerdo concreta

una tendencia de acuerdos mega regionales, aunque hay un factor central que se suma al análisis: "Empieza a notarse que los países

Indonesia, Filipinas, Malasia, Singapur, Tailandia, Vietnam, Brunei, Camboya, Laos, Myanmar, China, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda

son los 15 países que conforman el RCEP

centrales que no han concretado temas de su interés en el ámbito multilateral comercial –entendido esto por la OMC- deciden hacerlo en consensos más reducidos –de 12 a 15 países-. Esta es una señal muy importante porque le están diciendo al mundo que ya que no pueden resolver los entendimientos en las grandes ligas, van a empezar a acordar con quienes hay mayor entendimiento regional", explicó.

En su opinión, vamos a ver una tendencia inmediata proteccionista post-crisis de países con mercados domésticos grandes, que van a preferir cerrarse por un tiempo para, justamente, reactivar sus mercados internos. "Algunos no nos podemos dar ese lujo, pero eso va a pasar; los tiempos post-crisis generan proteccionismos", puntualizó.

Para el investigador, este tipo de tendencias tiene un impacto muy trascendente en las normativas, y expone los motivos. "Si esta tendencia crece, dentro de algunos años – no muchos- irá un grupo de veintitantos países a la OMC a decir 'nosotros cerramos un acuerdo, estas son nuestra nuevas reglas, súmense o déjenlas'. Entonces, se está creando un mundo de reglas nuevas comerciales mediante mega acuerdos regionales, y quienes no son parte de eso quedan en clara des-

ventaja porque no participan de las nuevas conversaciones", reflexionó.

Respecto a si este acuerdo puede ser clave para reactivar la economía global en tiempos de pandemia, Vaillant reconoció que puede ser un factor que contribuya a integrar un área del planeta que se revela como la que concentra la mayoría de relaciones comerciales e inversión del mundo.

Pero Albertoni, la señal que están dando estas quince naciones en plena crisis es muy importante porque están abriendo sus mercados, y aunque lo hacen entre ellos, podría ser el inicio de una reactivación.

Aunque algunos analistas tildan al tratado como poco ambicioso, el mismo aborda una rebaja de aranceles en el comercio de bienes y servicios, así como también en temas relevantes como economía digital, propiedad intelectual y disputas comerciales. Al marcar la importancia de los asuntos a los que el acuerdo pone bajo su paraguas, Albertoni destacó que lo relevante del mismo es que trasciende el mundo de los bienes y va bastante a servicios, a los intangibles, uno de los grandes debes de la OMC.

uss 26.2 billones

es el PIB combinado de los países integrantes del **RCEP** 

A su turno, Vaillant agregó que a pesar de que se ha dicho que el RCEP es menos ambicioso y más moderado que —por ejemplo-el TPP, porque no incluye normativas sobre los temas laborales y medioambientales, o como en el caso de la propiedad intelectual los compromisos que establece no son muy fuertes, abarca un conjunto de disciplinas entre muchos países, lo que no siempre es fácil de lograr.

"Estos acuerdos lo que hacen es establecer y reforzar mecanismos de vinculación ya existentes. Y al hacerlo sobre bases plurilaterales, permite que se puedan impulsar compromisos que si se hacen sobre bases bilaterales, estarían restringidos", manifestó Vaillant.

Cerca del 28%
del comercio mundial
es lo que representa
el acuerdo

## ¿Cómo afecta a Uruguay y la región?

El intercambio comercial entre Asia y América Latina ha crecido de forma continua en las últimas décadas —y esto incluye a Uruguay-, pero para algunos expertos la integración entre ambas regiones tiene mucho margen de mejora.

Para Vaillant, este tipo de acuerdos interpelan a Uruguay, que viene desde hace tiempo con cierta parálisis o poco nivel de acción en materia de política comercial y de acuerdos e integración, un poco influenciado por la actitud que ha tomado el Mercosur en estos temas. "Entonces, ha predominado postura de no hacer demasiado. Más allá de las declaraciones y de las intenciones, al pasar raya y mirar lo que hace Uruguay, todo está relativamente congelado. Es más, si nuestros rivales exportadores en el planeta empiezan a vender sus productos a los mismos mercados pero en mejores condiciones que nosotros, nos estamos moviendo para atrás", especuló. Vaillant fue contundente al expresar que Uruguay tiene pendiente cosas que ya ha hecho y no ha concretado. Una de ellas es el acuerdo Unión Europea (UE)-Mercosur. "Me parece que hoy está primero en la agenda despejar la incertidumbre que hay sobre ese acuerdo, y creo que la única manera de sacarlo del impasse en el que está es darle una ruta bilateral. Es decir, permitir que los países del Mercosur lo vayan rectificando de a uno con la UE. En ese sentido, considero que Uruguay y Paraguay están en condiciones de hacerlo relativamente rápido. En esa agenda futura, uno de los mercados con el que nuestro país ya ha avanzado en una ruta de interés mutuo es con China; pero también con muchos otros países de Asia Pacífico. El mundo es grande si uno piensa en la escala de Uruguay, y creo que hay muchas oportunidades distintas para explorar en ese sentido, a pesar de nuestra pequeñez. Muchas veces se dice que nosotros no tenemos ningún poder de negociación, que los países pequeños no pueden negociar acuerdos comerciales solos, y se menciona esto como un aspecto para justificar el hecho de que tengamos que ir siempre dentro del Mercosur. Pero esto es evidentemente falso, porque la experiencia comparable internacional muestra que la mayoría de los acuerdos comerciales preferenciales que están sujetos, los han hecho economías pequeñas. ¿Por qué? Porque las economías pequeñas cuentan con cierta facilidad dado que son poco amenazantes para el otro, y poco amenazadoras a la interna", reflexionó el doctor en Economía. Para Albertoni, el RCEP debe alertarnos de que hay un lenguaje comercial -entendiendo el concepto de "lenguaje" por regulaciones- que se está empezando a hablar en el mundo, del cual ni el Mercosur ni Uruguay están siendo parte.

2.200 millones de personas es la población que conforman los 15 países

"Estamos teniendo poco margen, porque vamos a entrar tarde al debate y al lugar donde se están cocinando estas nuevas reglamentaciones mundiales. Si no tenemos la base de hacia dónde queremos ir en el plano del Mercosur, todo se hace complejo", advirtió. ®

## EL METAL LO HACE POSIBLE



La primera Tarjeta Metal de Uruguay. Conocé los exclusivos beneficios que The Platinum Card® tiene para ofrecerte.

Solicitala con tu ejecutivo Banca Premium o en **scotiabank.com.uy** 



Scotiabank.

## A LA ESPERA DE LO BUENO

## Mercado automotor: un rubro de fluctuaciones

El presidente de la Asociación del Comercio Automotor del Uruguay (ACAU), Gustavo Quartino, dialogó con **Empresas & Negocios** en referencia a la situación del mercado automotor en la actualidad. A casi nueve meses de la llegada del Covid-19 al país, el mercado no ha vuelto a ser el mismo; existen atrasos en entregas de vehículos que llegan de los países vecinos y la venta de 0 Km se mantiene a la baja en niveles que superan a los de año pasado. Sin embargo, los representantes de las marcas esperan llegar al final del 2020 con cifras no tan alejadas a las del 2019.

A su vez, ante el anuncio de la llegada de Ford nuevamente al país, Ignacio Boschi, docente de ORT, actual coordinador del Programa de Innovación Logística de ANII, y que estuvo vinculado durante más de 25 años con el sector automotriz, hizo alusión al impacto de esta inversión tanto para el país como para el sector.

Escriben: Oscar Cestau ♥ @OCestau y Jessica Vázquez ♥ @JessVazquezL



i bien desde junio las unidades de 0 Km facturadas aumentan levemente, para ACAU esos datos no indican que haya una recuperación del sector, sino más bien un menor descenso. Ya que si se analizan los números respecto a 2019 -el peor año de la industria- se llega a octubre con un acumulado de casi el 25% a la baja. Así, la venta de vehículos nuevos cerraría el año con una baja de 22%. Consultado al respecto, Gustavo Quartino, titular de ACAU, aclaró que no se puede afirmar aún que exista una causal específica de estas cifras, a la vez que considera que la reducción es pequeña, llevando a que sea difícil analizar la tendencia mes a mes. "En realidad, más que una disminución, no se siguió creciendo como venía pasando en mayo, junio, julio y agosto. Y en octubre se estancó un poco", aseguró.

En línea con lo anterior, sostuvo que en un mercado tan pequeño, variaciones de entre 100 o 200 autos no tienen una causa muy específica que se pueda teorizar. Aunque, indicó Quartino, si esta tendencia a la baja se mantiene durante los próximos meses, sí habría que analizar cuál es la causa. "Realmente en un mes es muy difícil determinar qué

sucedió. En octubre subió la venta de camiones un poco, pero fue por un par de operaciones muy puntuales que se vienen gestando desde el año pasado", aclaró.

Apuntó que se deben manejar siempre con las tendencias, y recordó que desde el peor momento, que tuvo su epicentro en el mes de abril, con un 52% menos de ventas que el año pasado, a este cierre de octubre, se está en un 25% abajo del mercado, y que es eso lo que hay que analizar. "Se recuperó un poco, igual estamos todavía bastante abajo del año pasado", sintetizó el ejecutivo.

"No puedo decir que las baja en las ventas sea un tema de más o menos empleo, mayor o menor problema de la economía, ni tampoco que sea un tema vinculado con el dólar... No hay una razón específica para variaciones tan pequeñas", resumió el presidente de ACAU.

## Con esperanza

Quartino indicó que, como cámara automotriz, se alienta a que las ventas puedan recuperarse. El acumulado de octubre, comparado con el mismo periodo de 2019, marca -en la suma de todos los vehículos- casi un 25% de caída. "Desde hace algunos meses, siguiendo la tendencia que venía sucediendo de abril hacia adelante, pensamos que podríamos llegar a fin de año con un 10% y 15% menos que el año pasado. O sea, alentamos a que en noviembre y diciembre se mantenga un poco el crecimiento", explicó.

Dijo que no es seguro que se alcance esa cifra, pero entre los representantes de marcas las expectativas de alcanzar el objetico están . Sobre todo, afirmó, porque independientemente del año muy particular que se está viviendo, siempre los últimos meses del año son de mayor actividad. "Entonces deberíamos pensar que noviembre y diciembre sean un poquito mejor y se pueda llegar a ese guarismo general de entre un 10% y 15% del año pasado".

## **Efecto Covid-19**

Un asunto que se está dando últimamente es que hay marcas que venden modelos nuevos en el país pero aún no cuentan con el producto para entregar a los clientes. Al respecto, Quartino indicó no se han constatado problemas de importación en términos generales, pero sí hay montadoras que han disminuido su capacidad de producción, porque en los países de origen la situación que deriva de la pandemia es bastante más grave que en Uruguay.

"Hay más limitaciones en cuanto a los fletes, sobre todo al marítimo, porque llegan menos barcos. Eso puede hacer que algunas marcas no reciban determinadas partidas del vehículo, a pesar de que lo están promocionando -sobre todo cuando se trata de modelos nuevos que se están ofertando seguramente en otros mercados-. Es decir, se hace el lanzamiento, se presentan los productos, pero en los primeros meses -dada la situación actual- puede haber algunos atrasos en la llegada", explicó.

En ese sentido, el presidente de ACAU comentó que el tema es muy puntual de cada marca. Puso como ejemplo algunos modelos de marcas que producen en Brasil, país que está teniendo problemas con las entregas. "Cuando empezó la pandemia disminuyó la cantidad de personal trabajando en las plantas y, a su vez, se redujeron los stocks reguladores que se tienen, porque no se sabía lo que iba a pasar en los meses venideros", explicó.

Agregó que hubo fábricas que llegaron a setiembre y octubre viendo que hay una cierta reactivación en determinados países y que la demanda creció, pero no tienen suficiente stock regulador o tienen que volver a negociar con el sindicato del personal para aumentar los turnos de producción y poder volver a ponerse al día. "Esas negociaciones han limitado las capacidades de producción para los próximos tres a cuatro meses", dijo.

## Llegada de Ford

Quartino se refirió al tema de la llegada de Ford nuevamente al país luego de 35 años, dijo que se trata de una inversión para ensamblar vehículos para exportar, y provisionar al mercado Latinoamericano, "entonces el origen de la inversión es para afuera de Uruguay". Aseguró que el hecho significará un competidor más para el mercado, lo que hace que algunas marcas puedan sufrirlo y deban adecuar su actividad comercial para competir. "Pero el mercado es muy abierto, y hay muchísima presencia de marcas en todos los segmentos; eso no ha sido obstáculo para que todos desarrollen bien sus actividades", afirmó el presidente de ACAU.

Indicó además que se trata de un producto muy particular, ya que, según se dijo, se realizarán vehículos de trabajo y comerciales. "No sé exactamente toda la gama que van a desarrollar, pero son básicamente furgones. Y sí, en ese sentido alguien va a tener un nuevo competidor", reflexionó el ejecutivo.



# "Ford mira a Uruguay por la importancia que tiene el país a nivel regional"

Hace algunos días, en conferencia de prensa, el ministro de Industria, Omar Paganini, anunció que la compañía automotriz estadounidense Ford invertirá alrededor de US\$ 50 millones en Uruguay para producir vehículos para la región. Este nuevo desembarco de Ford en nuestro país se llevará a cabo de la mano de Nordex, para producir las camionetas Ford Transit. Paganini recordó que Ford Motor Company no estaba en Uruguay desde hace 35 años, lo que le da aún mayor relevancia a la inversión.

Ignacio Boschi, docente de ORT, actual coordinador del Programa de Innovación Logística de ANII, y que estuvo vinculado durante más de 25 años con el sector automotriz -se desempeñó como Operations Manager en Kia Motors Corporation y Conosur Quality Administration Manager en General Motors, entre otros cargos-, en diálogo con **Empresas & Negocios**, hizo alusión al impacto de esta inversión tanto para el país como para el sector. Boschi, además, cuenta con un MBA obtenido en George Washington University.

eniendo en cuenta su experiencia en la industria, ¿qué lectura hace de este anuncio de Ford?

La primera lectura que tengo es que esta es una excelente noticia, primero para el país como receptor de inversiones, y luego lo es para la industria automotriz urugua-ya, que si bien puede pensarse que es chica o que no tiene demasiado peso, a lo largo de los años se ha convertido en un jugador importante en la región y es un centro de productos de nicho. No olvidemos que acá estuvieron en su momento grandes empresas, como Volkswagen y General Motors, y no hace tanto tiempo Chery y Geely, pero también lo que ha hecho la gente de Nordex, que está trabajando en esto hace muchísimos años. Nordex no empieza con este proyecto, sino que trabaja hace ya varios años con Kia en el armado del Kia Bongo, que además de venderse a nivel local, exporta a distintos

países de la región. Además, hace tres o cuatro años está con el proyecto de Peugeot y Citroën, con la Expert y la Jumpy. En mi caso, trabajé algunos años en Kia Uruguay y estuve involucrado en el proyecto del Bongo. Es una de las únicas plantas que Kia tiene fuera de Corea y puedo decir que siempre ha sido reconocida por parte de los coreanos por sus niveles de calidad.

## ¿Por qué cree que Ford mira a Uruguay?

Ford mira a Uruguay por la importancia que tiene el país a nivel regional. Uruguay está enclavado entre dos mercados muy importantes a nivel automotriz. Brasil lo es, sin lugar a dudas, pero Argentina también. Ford, y otras marcas tienen su foco en Argentina desde siempre a nivel de las pick up, pero también el Mercosur es un mercado muy importante

para la industria automotriz en todo sentido.

Acá hay un tema muy importante, y es la seguridad que da Uruguay en estos momentos, si nos comparamos con nuestros vecinos. Esa seguridad viene dando desde hace ya muchos años, y está sustentada en estabilidad política y económica. Quizás podemos entrar a discutir temas de precios de producción, pero creo que en este tipo de inversiones lo que vale es la estabilidad y la seguridad, y en ese sentido, para productos de nicho, es importante tener estas características de las que hablamos porque uno se asegura, en volúmenes que no son tan grandes, una buena calidad y llegada a los otros mercados.

## ¿Qué impacto tiene para la industria automotriz local esta inversión?

Inversiones de esta naturaleza revitalizan la industria automotriz en el Uruguay, que como decíamos antes, no es nueva, viene con muchos años de desarrollo, que si bien ha tenido sus altos y bajos, hay empresas muy importantes en lo que es el sector autopartista que se han instalado en Uruguay, que estuvieron un tiempo y después bajaron un poco su producción. Pero este tipo de apuestas, como la de Ford, le dice al mundo que el de Uruguay es un mercado importante como para mirar de forma seria y para seguir avanzando en esta industria. No solamente tenemos la seguridad jurídica, económica, política, sino que también hay una sociedad que apoya este tipo de emprendimientos, con buena capacidad de los trabajadores y nivel cultural, además de una seguridad laboral en cuanto a las instituciones que respalda las situaciones. Considero que esta inversión de Ford va a tener un derrame muy importante en las empresas autopartistas que ya estaban en Uruguay, que necesitan ese empuje, y quizás sea la puerta de entrada de otras que, apuntando a la región, ven con mejores ojos instalarse en nuestro país para empezar proyectos para cuando Argentina y Brasil se recuperen.

## Usted hizo alusión a la preparación de nuestros trabajadores en la industria. ¿Cuál es la base de esa mano de obra capacitada?

Los proyectos de los últimos años, que ya mencionamos, han desarrollado una industria automotriz importante para estos proyectos de nicho. Volvemos a que Nordex no es nuevo en este negocio, sino que tiene una base excelente en personal, en gente capacitada y conocedora de lo que es el ensamblado de vehículos y la industria autopartista. Los proyectos de Chery y de Geely también dejaron en Uruguay esa semilla, con mucha gente muy capacitada y, principalmente, queriéndose instruirse más. Este tipo de proyectos le dan al Uruguay el aviso de que tenemos que seguir apuntando y apostando a estas industrias en las cuales nosotros, a nivel regional, nos podemos destacar por el tipo de recurso humano que tenemos y por el esquema de apoyo a nivel de enseñanza que existe. En mi opinión, deberíamos darle aún más atención a los diferentes centros de capacitación que hay a nivel de la industria automotriz, y que están recibiendo apoyo por parte de distintas empresas e instituciones. Esa es una apuesta que tenemos que hacer.

Este tipo de inversiones, que son de nicho, con velocidad



de llegada al mercado -porque es una inversión que llega a una empresa que ya está armada y que tiene su capacidades instaladas-, trae también un nivel de tecnología importante para seguir capacitándonos en ese rumbo a nivel global. Estas grandes marcas, en todos sus modelos, están incluyendo niveles de tecnología cada vez más altos y nosotros los tenemos que conocer. Qué mejor forma de hacerlo que estar tocándolos y ser parte del proyecto.

## ¿Se puede pensar en fabricar también para un mercado fuera de la región?

La región tiene un volumen suficiente para absorber la producción que genera este tipo de proyectos. Puede ser que vaya un poco más allá, aprovechando el mercado mexicano, pero en principio la producción tendría como destino el Mercosur.

## ¿Eso explica también el tipo de vehículo a fabricar?

El tipo de vehículo que está proyectado para esta inversión es una camioneta como la que ha estado siendo ensamblada por Nordex por parte de Citroën y Peugeot. En este caso se trata de la Ford Transit, que es muy similar. Ese es el nicho de producto, que no es de alto volumen, pero sí de muy importante presencia en lo que es el comercio a nivel regional. Hay un tema que explica, o por lo menos da muy buena razones para el desarrollo que tiene este tipo de vehículos. Hoy el comercio electrónico ha explotado a nivel global -y nosotros no somos menos en ese sentido-, y el e-commerce lleva a una logística de última milla -la entrega final del producto- más que necesaria. Cada vez más recae en esa logística de última milla la importancia del relacionamiento del cliente con el producto, entonces cada vez más se hace de forma más dinámica. Los clientes buscan velocidad y un muy buen servicio en ese momento de la entrega, que hoy se hace o en las motos de empresas que ya conocemos y que han surgido en los últimos años-, y también con este tipo de vehículos, que son mucho más dinámicos incluso en la logística de la ciudad. Ahí está uno de los motivos por el cual este segmento de mercado tiene asegurados muchos años. 😵

### UN NUEVO MODELO DE NEGOCIOS

## La revolución de la experiencia

Car One celebró la inauguración de su primera etapa en el país. Dedicada a la industria automotriz, esta fase reúne la mayor oferta de vehículos 0 km y usados garantizados del Uruguay.



Omar Daneri, Luis Lacalle Pou, Manuel Antelo y Emiliano Aldabalde.

ar One, el proyecto que revolucionará la experiencia de compra de la industria automotriz en Uruguay, abrió sus puertas al público con una ceremonia de inauguración que contó con la presencia del presidente de la República, Luis Lacalle Pou; la primera dama, Lorena Ponce de León; el ministro de Transporte y Obras Públicas, Luis Alberto Heber; el actual y el electo intendente de Canelones, Tabaré Costa y Yamandú Orsi; así como de Manuel Antelo, el empresario y líder del sector automotor de Argentina, creador de la iniciativa.

"Estamos orgullosos de trasladar este modelo de negocios al Uruguay, que sin lugar a dudas contará con el mismo éxito que posee en Argentina, brindando a su vez, una experiencia de compra de los servicios en movilidad tan original como eficiente para el público local", expresó Antelo.

Ubicado en Ruta Interbalnearia y Camino de los Horneros, Car One es el primer megacentro de automóviles del país, que otorgará a sus clientes una nueva, eficiente y rápida manera de adquirir sus vehículos y todos los servicios vinculados con la compra de los mismos, contemplando desde la manera de abonarlo hasta el seguro, en el mismo día y lugar.

La oferta incluye una amplia variedad de modelos de 12 marcas 0 km que representan más del 75% de las ventas del mercado y 400 usados garantizados en stock, que el público podrá probar, para seleccionar su nueva unidad o renovarla, entregando incluso

el vehículo anterior como forma de pago, contando con el respaldo de esta firma de larga trayectoria.

"Brindamos una amplia variedad de opciones, en la que sin lugar a dudas los clientes encontrarán el vehículo que están buscando, tanto para comprar el primero como para renovarlo, contando a su vez con la posibilidad de entregar su unidad usada como forma de pago, además nuestros clientes tendrán la posibilidad de vender su auto mediante nuestro Sistema de compra inmediata, o bajo nuestro programa de Dueño vende", agregó Omar Daneri, CEO de Car One Uruguay.

Abierto al público todos los días de 10:00 a las 20:00 horas, el sitio brindará, además, una experiencia ideal para disfrutar con toda la familia, al recorrer el moderno edificio diseñado por el estudio Gómez Platero y construido por la empresa Ciemsa, así como al apreciar el paisaje natural que rodea al predio de 14 hectáreas en el que se encuentra. Esta inauguración corresponde a la primera de las tres etapas de este proyecto, que comenzó en mayo de 2017 y que requerirá una inversión total de aproximadamente US\$100 millones, la que generará más de 500 puestos de trabajo directos.

La segunda fase, contempla la apertura de los locales comerciales y el supermercado prevista para el primer semestre del 2021 y la última fase consiste en un predio residencial de 200 apartamentos, cuya construcción comenzará también el próximo año. Para conocer más acerca de Car One, se puede seguir sus redes sociales a través de @caroneuy en Facebook e Instagram. Asimismo, ya está disponible el primer sitio de

e-Commerce de autos del país en su web

oficial www.carone.com.uy.

## INTELIGENCIA LOGÍSTICA

## Las rutas que dirigen al éxito

SimpliRoute es un software de logística que a través de inteligencia artificial y machine learning permite al usuario crear la ruta más óptima para resolver su entrega. El programa toma las direcciones, los horarios. el tipo de vehículos, el perfil del conductor y la clase de mercadería, y en base a todas esas variables y datos de tráfico en tiempo real determina la ruta más eficiente, disminuyendo los costos de entrega en un 30%. Desde que llegó a Uruguay, en febrero de este año, su crecimiento no se ha detenido, llegando a firmas líderes del mercado.

Por: Jessica Vázguez > @JessVazguezL

e público conocimiento es el despegue que han tenido las compras online en tiempos de pandemia y, por ende, el desarrollo de las redes logísticas para hacer llegar cada producto al lugar predeterminado. Pero detrás de ello existen infinidades de elementos que deben estar perfectamente coordinados. Por ejemplo, recibir el detalle del pedido, separarlo, organizarlo, empaquetarlo, identificar el destino, evaluar en qué vehículo cargarlo, elegir una ruta en coordinación con el resto de las entregas que deben hacerse para que todo llegue en tiempo y forma, verificar que el producto haya llegado correctamente, y estar atento a cualquier eventualidad. A esto se suma tener una flota de vehículos suficientes en las calles para cubrir toda la demanda.

Humanamente es posible organizar una ruta, aunque es innegable la complejidad de hacerlo coordinando tantos elementos a la vez. Para facilitar y agilizar estos procesos es que llegó SimpliRoute, una startup surgida en Chile hace seis años atrás. Los fundadores son Álvaro Echeverría y Eyal Shats. La misma nació buscando resolver el problema de la última milla y la distribución, entregas, ruteo de los camiones para el e-commerce, entre otras cosas.

La plataforma resuelve la operación de empresas de consumo masivo que tienen que abastecer puntos de venta, al igual que en



Guillermo Rodríguez, Alejandro Cash, Luizi Huster Ravel y Carlos Sanguinetti.

el seguimiento de la operación. También resuelve la operación en e-commerce donde las entregas se vuelven cada vez más exigentes y los clientes demandan cada vez más servicios. Esencialmente, SimpliRoute trabaja en esos dos mundos.

Su puesta en funcionamiento en Uruguay, por otra parte, comenzó a finales de 2017, cuando una consultora de logística comenzó a representar a la firma en nuestro país. Luego de un período en que era evidente la oportunidad de comercializar el software, fue que se decidió seguir adelante. A finales de 2019, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) lanzó un programa denominado Proyecta Uruguay, con el fin de traer empresas de tecnología de la región al país y, a partir de allí, hacerlas crecer en otros mercados.

Alejandro Cash, country manager de la firma en Uruguay, fue una de las personas de la consultora logística que presentó en el programa de la ANII a SimpliRoute. "Me invitaron a liderar el proyecto, quedamos en



el programa, en febrero abrimos la operación oficialmente y desde entonces ha sido un éxito y crece mes a mes", repasó en diálogo con **Empresas & Negocios**.

Al cierre del pasado mes de octubre, SimpliRoute tenía 41 clientes en el país, y se espera que el año cierre en el orden de las 50 empresas del mercado nacional. Las de más renombre son Softys (que es el cliente más grande que poseen, con una flota de casi 40 camiones); Grupo Disco; Divino; Pontín; Frigorífico Centenario; El Emigrante; Lemon; La Ibérica, entre otras.

### Las tres patas del funcionamiento

Las empresas pueden contratar la plataforma como un servicio, generándose una cuenta y configurándola según la operación. El consumo se mide mes a mes y se paga una licencia para poder ser dueños de la misma. A partir de ello es que ya puede comenzar a utilizarse. El primer paso es cargar las entregas que se debe realizar, las distribuciones, o lo que se resuelva trasladar.

A eso se le añade la información de direcciones, números de entregas, tamaños de las cargas y las condiciones en que debe entregarse. Por otra parte, se carga la flota disponible con la que se resolverá la operación, es decir, los vehículos con horarios de trabajo, chofer, tipo.

Entonces, en esta primera instancia, Simpli-

Route, con el mundo de entregas que tiene que resolver y la flota para hacerlo, crea para cada vehículo la mejor ruta. "Esto depende en gran medida del negocio que se tenga. Para algunos lo mejor será sacar el camión lo más cargado posible, y para otros al contrario, son diferentes los criterios que hacen que la ruta sea lo que se necesita", explicó Cash. Añadió que de esta manera, con tecnología de por medio, se automatizan un montón de procesos que, en muchas empresas, se hacía mal, bridando bastantes oportunidades de mejora.

En una segunda parte se hace el seguimiento de toda la ruta que crea la plataforma; esta viaja a una aplicación en un dispositivo móvil en el vehículo, y el transportista tiene allí todo el orden de entrega, la hora estimada en que debe llegar a cada cliente, cómo ir, qué entregar. Todo eso se monitorea desde la empresa en tiempo real, empezando a tener métricas de la operación: cuántas entregas se hacen, cuántas se rechazan, reportes de performance de cada camión, entre otras cosas.

Una tercera funcionalidad, que cruza de cierta forma a toda la plataforma, es el modulo de comunicación, en el que se puede mostrar al cliente final, en forma automática, dónde está el pedido, a qué hora se estima la llegada, y darle visibilidad a la ruta del vehículo en el camino.

### Soluciones inmediatas

Existen dos impactos que son automáticos para las empresas al comenzar a utilizar la plataforma: uno es la reducción en tiempo y la automatización que se logra para crear las rutas; se cargan las entregas, se cargan los vehículos, y presionando un botón se tienen todas las rutas creadas. "Eso impacta bastante y genera un ahorro en tiempo del equipo para crear las rutas que es significativo", aseguró el country manager.

El segundo impacto se da con la visibilidad de toda la operación en tiempo real. El usuario logra hacer un seguimiento detallado en la ruta del producto que, sin este tipo de herramientas, sería difícil de ver. "Estos dos impactos son bastantes rápidos de lograr y de los que generan cambios inmediatos en cada cliente", añadió Cash.

## Covid-19: un impulso positivo

"Abrimos en febrero en Uruguay, nos instalamos, arrancamos con una energía terrible y con una devolución del mercado muy buena, empezamos a hacer pruebas y pilotos con empresas, y el 13 de marzo la actividad se paró por completo durante tres semanas", relató el entrevistado. Recordó que fueron días caóticos en donde todo pareció quedar congelado. "Después de eso, ya entrado abril, la realidad es que las empresas que son nuestro objetivo, como las de consumo masivo y de e-commerce, no solo no se vieron demasiado afectados, sino que, al revés, empezaron a tener necesidades que superaban su previsión", dijo.

Aseguró que en el e-commerce fue muy notorio, porque todas las ventas se dispararon y muchas empresas no estaban demasiado preparadas para enfrentar esos aumentos. Por su parte, las firmas de consumo masivo tuvieron que empezar a asegurar el abastecimiento de sus puntos de venta que no pararon en ningún momento. Todos los rubros que atendía SimpliRoute solicitaba herramientas de logística veloces y eficaces.

"No hemos parado de crecer. En junio y julio, por ejemplo, estábamos creciendo 15% y 20% por semana. La realidad es que la pandemia aceleró la toma de decisión de incorporar tecnología en este mundo de la logística, y como el resto de las cosas estaban paradas eso nos benefició en el mercado en casi todos los países donde tenemos presencia", indicó Cash al respecto.











**EN LAS VIDRIERAS DEL MUNDO** 

# Historias reales atraviesan las fronteras del comercio

Emprendedores uruguayos fueron premiados en la segunda edición de los Emprendedores del Año de la plataforma eBay. RetroMotorTeile se llevó el premio al mejor negocio de economía circular de América Latina. Por su parte, Xavier Aguirre, gerente Senior de Desarrollo en Negocios y Exportaciones en eBay Latinoamérica, repasó qué es lo que se busca con estas premiaciones, y cómo se ha venido desarrollando la plataforma en la región.

Por: Jessica Vázquez y @JessVazquezL

as plataformas de venta digital vienen pisando muy fuerte en el sistema de negocios desde hace más de una década. Una persona, en simples pasos, puede registrarse en una web de comercialización y que su producto, sea cual fuere, llegue a lugares impensados. Un ejemplo claro y tangible es eBay, el sitio de e-commerce que nació en 1995, cuando la confianza en las ventas no era de lo más común; sin embargo, el éxito fue casi instantáneo.

Hoy, a unos 25 años de su creación, la firma es reconocida mundialmente, y es de los sitios predilectos para los comerciantes que desean colocar sus productos en las vidrieras del mundo digital. La plataforma reconoce a sus mejores vendedores en diferentes categorías, que van desde el cuidado ambiental hasta el que más flujo de ventas ha generado.

En ese sentido, el pasado mes de octubre, se realizó esta entrega de premios a través de un streamming en YouTube, con la particularidad que los proyectos galardonados tienen origen en Latinoamérica. Con la premisa de reconocer a vendedores de la región que construyeron negocios en línea exitosos



a través de exportar sus productos al mundo basándose en eBay, es que la plataforma dio a conocer a los ganadores.

Uno de los principios que tiene eBay es involucrar cada vez más personas en la economía global.

Xavier Aguirre, gerente Senior de Desarrollo en Negocios y Exportaciones en eBay Latinoamérica, en diálogo con **Empresas &**  Negocios, recordó que este es el segundo año que se realiza el evento de premiación a negocios exitosos, pero la primera edición solo pudo hacerse en México. Este año fue posible extender la participación a la región, situación que llevó a reconocer vendedores de varios países.

"Lo que buscamos es reconocer a cinco emprendedores en cinco categorías distintas. Obviamente, el ganador era el mejor vendedor históricamente hablando, que tienen tiendas profesionales y han trabajado en el pasado como para poder

establecer negocios sólidos y maduros que les han permitido utilizar eBay como canal de venta internacional", explicó Aguirre. Sin embargo, también se dieron premios a

Sin embargo, también se dieron premios a la cuenta de quien mejor utiliza los distintos canales de venta, ya sean físicos o digitales, como otros marketplaces locales, utilizando eBay para el sector internacional. Por otra parte, se contemplaron los negocios sociales, es decir, quienes tuvieron un impacto dentro de la comunidad en la que vende.

Otra de las categorías es la economía circular, que fue, precisamente, ganada por uruguayos que le dan una segunda oportunidad a artículos de motocicletas antiguas, que

de otra manera acabarían siendo desechos. "Con esta iniciativa se contribuye a darle una segunda vuelta a productos, y además representa un negocio", expuso el entrevistado.

También se incluyó el premio al nuevo negocio, es decir, a alguien que lleva vendiendo hace relativamente poco -entre uno y dos años- y ha logrado tener un crecimiento que, comparado con otros vendedores, es muy superior.

## Todos ganan

Aguirre comentó que la ventaja de tener este tipo de premiaciones es que se da un reconocimiento, en primer lugar, a los vendedores pero, por otro lado, le suma credibilidad a la plataforma, porque son historias reales y los incentiva a utilizar eBay para comercializar productos.

El ejecutivo indicó que dentro de los pilares que el marketplace tiene como empresa, además de generar una plataforma en donde tengan oportunidad millones de personas de la economía global, está lo relativo a la economía circular, donde no únicamente se vende el artículo de moda o de mayor demanda, sino que se le da oportunidad a otro nicho de productos, los que con una buena visibilidad van a poder encontrar una segunda mano que le dé un uso y así disminuir el impacto ambiental.

Uno de los principios que tiene eBay es involucrar cada vez más personas en la economía global. "Hacerlo a través de un canal digital permite tener un alcance muy bueno. Prueba de esto es que en eBay contamos con 182 millones de compradores en 190 mercados, y ese es el consumidor que queremos

acercar, también, a más emprendedores latinoamericanos", sostuvo Aguirre.

## Uruguay: un perfil de vendedores coleccionistas

¿A qué mercados exportan los vendedores uruguayos y qué tipo de productos son los que ofrecen? Según el ejecutivo, el principal mercado es Estados Unidos porque la plataforma que se utiliza es eBay.com, entonces la gran mayoría viene de allí. "Sin embargo,

Los emprendedores uruguayos primero fueron clientes de eBay ya que compraban por allí, luego se encontraron con que tenían productos para ofrecer, entonces pasaron a ser vendedores.



tenemos un montón de otros países importantes como Reino Unido e Italia y se suman mercados muy lejanos, pero que también son destacados, como Japón y China", agregó.

A su vez, los productos que tienen más ventas son los relojes de lujo. En lo que respecta a Uruguay, uno de los productos que más se venden son los azulejos. En tanto, uno de los ganadores, como se indicó anteriormente, vende autopartes vintage de motocicletas. "Tenemos muchos vendedores que ofrecen productos dentro de categoría coleccionables, como pueden ser vasijas de

vidrio, antigüedades, sellos y tarjetas postales. Hay un perfil muy marcado de gente coleccionista", sostuvo.

## Los ganadores

Como se adelantó, fueron emprendedores uruguayos quienes recibieron el premio a los mejores vendedores basados en economía circular. La empresa de ventas de repuestos de vehículos antiguos RetroMotorTeile se llevó el galardón al mejor negocio latinoamericano de esta categoría que comercializa en la plataforma.

Los emprendedores son Bernardo Brum y



Guido Stumbo, creadores de RetroMotor-Teile, a través de la cual se dedican a darle un ciclo de vida más largo a productos de vehículos antiguos, que de otra forma se convertirían en desechos. Ambos emprendedores, en diálogo con **Empresas & Negocios**, relataron cómo fueron sus inicios y cuáles son los proyectos que tienen de cara al futuro.

La empresa nació en el 2002, durante la crisis económica de Uruguay. En ese entonces, Brum se encontraba restaurando un auto antiguo y, sumergido en ese mundo, encontró un proveedor que le proporcionaba recambios nuevos para ese automóvil, y comenzó a comprarle. "Eran piezas nuevas, en sus cajas originales, entonces vi un potencial en vender eso hacia afuera, ya que seguramente habría más personas a nivel mundial queriendo restaurar sus autos", recordó.

Comenzó a ofrecer las piezas por internet a través de clubes, pero había impedimentos al no tener una plataforma que generara confianza. Luego logró comprar todo el inventario y se le unió Stumbo. "Comenzamos a comprar más inventarios de repuestos antiguos, incursionamos en eBay y nos dimos cuenta de que era la mejor herramienta para ofrecer los productos. Empezamos a comercializar el 100% de las cosas por allí", dijo Brum.

Stumbo, por su parte, aseguró que eBay es

el principal socio. "La compañía nos ha enseñado a cómo trabajar en la plataforma, tenemos la account manager que nos enseñan cómo publicar, en qué condiciones, nos ayudan con el tema de los envíos, y hasta cómo responder. Es algo que evoluciona día a día porque aprendemos de la plataforma y de los propios clientes. Eso

Hoy, los empresarios uruguayos están trabajando muy fuerte con Estados Unidos y Europa, lugares que ocupan el 85% de su mercado, aunque llegan a países tan remotos como Australia, India, Japón y Taiwán.

nos ayuda a que se perfeccione el servicio", detalló.

Brum recordó que en 2019 tuvieron la oportunidad de participar de un evento en Las Vegas, llamado eBay Open, donde conocieron a algunos de los 500 vendedores más importantes que tiene la plataforma a nivel global.

"Participamos durante una semana de entrenamientos, seminarios, buenas prácticas y también nos relacionamos con el resto

de los vendedores. Gracias a ese evento logramos un contacto de gran porte con la empresa FedEx y hoy tenemos un contrato que nos permite que un producto llegue a cualquier parte del mundo en un tiempo de entre cuatro y seis días", aseguró.

## Expansión global

Los emprendedores primero fueron clientes de eBay ya que compraban por allí, luego se encontraron con que tenían productos para ofrecer, entonces pasaron a ser vendedores. "El proceso dentro de eBay fue largo porque primero debimos conocer la plataforma, ver cómo enviar las partes, conocer los tiempos de envío, el control de la ruta del producto, entre otras cosas. En definitiva, eBay nos fue aconsejando sobre qué medidas tomar", indicó Stumbo.

Hoy, los empresarios están trabajando muy fuerte con Estados Unidos y Europa, lugares que ocupan el 85% de su mercado, aunque llegan a países tan remotos como Australia, India, Japón y Taiwán.

"Ya no nos limitamos solo al inventario en Uruguay, sino que tenemos también en Argentina y Estados Unidos. Con el paso de los años salimos al mundo. Poseemos más inventario afuera que en el país, nunca pensamos que eso llegaría a pasar. Además, hemos investigado, y hallamos otros inventarios que nos permitirán seguir creciendo con base en Europa", anunció Brum. 😵





## SPRINTER

Furgón 311 compacto, diseñado para brindarle a tu negocio soluciones de transporte de carga, con la calidad que solo Mercedes-Benz te puede ofrecer. Aprovecha la oferta por lanzamiento.

USD 32.213 Precio Leasing

Mercedes-Benz

Confiamos en lubricantes Shell





## EL EMPUJE DE LA PANDEMIA

## Comercio digital: los amortiguadores de la crisis

La crisis generada por el Covid-19 ha impactado de manera directa en nuestros hábitos de consumo. En lo que refiere a las compras en plataformas de e-commerce o en el uso de aplicaciones para hacer pedidos sin salir de los hogares, el cambio ha sido profundo, y lo avalan las cifras de uso de comercio digital, que se elevaron de manera exponencial. En ese nuevo escenario, una interrogante surge en el horizonte: ¿Es el e-commerce la solución para las empresas en el actual contexto? Según las cifras de algunas empresas de comercio electrónico —con distintas modalidades de comercialización-, puede concluirse que sí. Por ejemplo, Mercado Libre Uruguay y Pedidos Ya, son compañías que se han visto beneficiadas por este momento que vive nuestra sociedad, incrementando el flujo dentro de sus plataformas. En diálogo con Empresas & Negocios, representantes de estas firmas hablan de su realidad y de cómo

han sabido obtener resultados positivos en tiempos de pandemia.

Por: Jessica Vázguez > @JessVazguezL

## **MERCADO LIBRE** Más que un marketplace

Según un estudio regional de Mercado Libre que establece cifras sobre el consumo durante los meses de pandemia, el comercio electrónico sumó más de cinco



millones de nuevos compradores desde la aparición del Covid-19.

En Uruguay aumentaron 11% los nuevos usuarios de esta plataforma, y en un 61%

los usuarios recurrentes. Estos datos demuestran que ante el cierre físico de las tiendas, muchos consumidores encontraron en el e-commerce una respuesta a sus necesidades.

A su vez, el mayor hito se dio el pasado lunes 25 de mayo, cuando en el ciberlunes se produjo el récord de ventas diarias en la historia de esta comunidad de compra y venta online en Uruguay: más de 430 vendedores y 10.000 artículos registraron ventas dentro la campaña. Las categorías de mayor crecimiento en estos últimos meses fueron tecnología, herramientas de construcción, salud v belleza, electrodomés-

ticos y climatización, hogar y muebles. Desde la firma aseguraron que para todos los sectores esta pandemia significó un

aprendizaje acelerado. Explicaron que en el caso del comercio, quienes aún no habían desembarcado en el e-commerce, debieron hacerlo en tiempo récord, y quienes ya es-

> taban, se esforzaron en hacer ese canal aún más rentable y dar una mejor experiencia al usuario.

> "El sector logístico hizo frente a un crecimiento exponencial de su negocio, ya que los envíos a domicilio prácticamente se duplicaron. En Mercado Libre además, lanzamos el desarrollo "Flex" que permite a los comercios incorporar su propio sistema logístico a Mercado Envíos y ofrecer la opción de envíos en el día", dijeron a Empresas & Negocios desde la compañía.

> Para sus ejecutivos, el hábito del e-commerce quedó establecido en la pandemia y lo de-

muestra la gran cantidad de nuevos usuarios que ahora ya lo tienen incorporado a su vida diaria.

27 hasta el domingo 29 de noviembre. Mercado Libre festeja el Black Friday con descuentos de hasta 40% off y 15% extra pagando con tarjetas de crédito y prepagas

**Desde hoy viernes** 

miles de productos seleccionados.

Mastercard. Además

habrá envíos gratis

a todo el país en





## Ciberlunes de confirmaciones

A principios de este mes se realizó el famoso Ciberlunes de Mercado Libre. Durante esa semana de descuentos la categoría "Hogar, Muebles y Jardín" fue la más vendida. Con las sub categorías "Sommiers" y "Sillas y Sillones" como las más destacadas. La cercanía del verano también tuvo su efecto en el comportamiento de compras: más de 400 usuarios aprovecharon para comprar una piscina, que cerró el podio de los más vendidos dentro de la categoría.

Una novedad de este Ciberlunes fue la incorporación de los automóviles a las ofertas con descuento. Concretamente se vendieron más de 60 vehículos con descuentos de hasta el 20%.

El crecimiento de ventas del sitio en comparación con el Ciberlunes de octubre de 2019 fue de un 40%. El tráfico también registró un crecimiento con respecto al 2019 de un 12%.

## **PEDIDOSYA**

## Ganar años pero en meses

Pedidos Ya es otra de las plataformas que ha sabido sacar fruto de la situación crítica, dado que los envíos a domicilio se hicieron más recurrente debido al confinamiento de un gran sector de la población. En ese sentido desde la plataforma indicaron que el aprendizaje se podría dividir en dos fases. Por un lado, el aprendizaje interno para adaptar muy rápido la nueva forma de trabajo. "Eso no solo porque todo nuestro personal de oficina pasó a trabajar en home office, sino porque toda la actividad de nuestros asociados también cambió. Muchos comercios pasaron a depender únicamente del delivery, y otros, como los supermercados y las farmacias, aumentaron su flujo de pedidos considerablemente, especialmente entre marzo y abril", explicaron desde la empresa. Todo eso requirió que los equipos adaptaran sus prioridades a la situación, como por ejemplo, desarrollar rápidamente la opción de entregas sin contacto, que permite a los usuarios indicar un lugar donde el repartidor pueda dejar su pedido para minimizar el contacto físico, y a su vez aceleró la implementación de la propina online.

Por otra parte, según indicaron a **Empresas** 

## **Supermercados propios**

Los PedidosYa Market son un desarrollo de Delivery Hero -la empresa madre en Alemaniapara liderar en la industria del "Quick Commerce". El objetivo es ofrecer una alternativa para las compras de todos los días y ser un complemento a la oferta de supermercados que hay en la plataforma. En abril lanzaron el primer supermercado propio en Santiago de Chile, y enseguida la opción fue incorporada en Argentina y Uruguay.

Hoy la compañía ya posee 36 de este tipo de negocios funcionando en diversos mercados —cuatro de ellos en Montevideo, uno en Ciudad de la Costa y otor abrirá en Punta del Este-. Desde la compañía resaltaron que esta opción ha sido muy valorada por el público, dado que ya en el primer tiempo se superó la barrera de los 20 mil pedidos, y mes a mes se duplican las órdenes.

"Es un proceso pensado desde el punto de vista logístico, comercial y tecnológico para que toda la cadena, desde que se recibe el pedido hasta que se entrega, sea muy eficiente. Era un proyecto previsto para inaugurar en este 2020, y que no se detuvo a pesar de la pandemia, porque entendimos que en este contexto era aún más valioso para nuestros usuarios", destacaron los ejecutivos entrevistados por Empresas & Negocios.

& Negocios, hubo un cambio muy grande en los usuarios. "Ganamos años de penetración en apenas un par de meses. La cantidad de usuarios de la plataforma a nivel regional creció mucho (tuvimos casi cuatro millones de descargas solo en el segundo trimestre en toda la región), pero también hubo un aumento de uso por parte de los usuarios frecuentes", informaron. Si bien ya hace tiempo que PedidosYa dejó de ser la app de la

cena del fin de semana, la ampliación de servicios abrió el espectro a otro tipo de soluciones. Ahora es la app para el pedido de la farmacia, para que complemente la elaboración de la comida con el encargo de algún ingrediente que falte, o para enviar algo a un amigo o familiar. Los productos más requeridos en este último tiempo dentro de la plataforma son generados en restaurantes, además de las clásicas pizzas y hamburguesas, con crecimiento en variedades de empanadas y ensaladas.

En la vertical Supermercados, lo que más se solicita es agua, refrescos y lácteos, y en farmacias los productos más demandados son analgésicos, anticonceptivos y pañales. Desde su lanzamiento, la vertical Envíos creció un 140%, siendo ropa, artículos electrónicos, libros, llaves lo más demandado por parte de los usuarios. ®





# LA APP DE FLOWES GRATIS

DESCARGALA

## FLOW ES PARA VOS

PORQUE ES GRATIS SI SOS CLIENTE CABLEVISIÓN. MIRÁ LA TELE DONDE Y COMO QUIERAS DESDE TU CELULAR, TABLET, COMPU O SMART TV.

flow

## **VIDAS A SALVO**

## Deportes seguros

Asociación Española y Española Móvil realizaron importante donación para plazas de deportes.



omo forma de contribuir a la campaña "Uruguay Cardio-Seguro", impulsada por la organización Unidos para Ayudar que lidera la Primera Dama, Lorena Ponce de León, la Asociación Española y Española Móvil realizaron una importante donación que apunta a la prevención en salud y tiene como principal beneficiario a la Secretaría Nacional de Deporte (SND).

Concretamente, la Asociación Española donó 12 equipos DEA (Desfibrilador Externo Automático) y Española Móvil se comprometió a brindar cobertura médica de Emergencia y Urgencia en las plazas de deporte de Montevideo, el Centro de Entrenamiento de Deportes de Combate y la Pista de Atletismo Darwin Piñeyrúa.

A su vez, la empresa Cutcsa también donó un equipo DEA y puso a disposición uno de sus ómnibus para la entrega de los mismos y la realización de los cursos de Reanimación Cardio-Pulmonar (RCP). Por otra parte, la empresa eMedical Gruop donó un equipo DEA extra de acuerdo al compromiso asu-

mido con la campaña, en la que por cada 10 DEA que la empresa venda, donará uno extra.

El acto, desarrollado en la pista de atletismo Darwin Piñeyrúa el pasado martes 17 de noviembre, estuvo encabezado por el secretario nacional del Deporte, Sebastián Bauzá, la Primera Dama, Lorena Ponce de León, y representantes de las empresas que efectuaron la donación.

El Presidente del Consejo Directivo de la Asociación Española, Fernando García, apuntó a la importancia de la prevención en el deporte. "Nosotros, desde la Española, hace 4 años que venimos apostando al deporte como promotor de salud y como forma de prevención, con distintas actividades. Nos alegra muchísimo estar colaborando con la Secretaría, con las distintas plazas de deporte y, sin duda, cuenten con nosotros en el futuro para el apoyo que sea necesario", afirmó.

El Gerente General de la Asociación Española y Presidente de Española Móvil, Julio Martínez, apuntó al concepto de solidaridad para referirse a esta importante donación. "Nos enorgullece mucho seguir con los viejos principios de los fundadores de la Española, que tiene que ver principalmente con la solidaridad hacia nuestros socios y con la comunidad entera", manifestó. 🏵







7 airbags, SBS, DAA, LDWS, DSA, RCTA, LAS, HBC, BSM, ABS, EBD, BA, ESS, DSC, HSA, TCS, HLA y G-Vectoring Plus.

Tu seguridad es importante para nosotros.







DESDE USD **18.500** ENTREGA Y 36 CUOTAS SIN INTERES



**En el momento** de contratar un seguro médico, buscábamos innovación y tecnología

Eduardo - CEO LoopStudio

## Video Consulta:

sin coordinación previa ni costo adicional.







descargala en:

Historia Clínica:

Coordinación: gestioná tus consultas y estudios.



ANDROID APP ON Google play

## FarmaSUMMUM:

renovás y pedís medicamentos sin moverte de tu casa.



