

EMPRESAS & NEGOCIOS

2022



PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS EN TIEMPOS DE COVID-19

El futuro de la economía, las finanzas, la industria, el agro, el sector automotor, los servicios, el comercio y los negocios.

Alejandro Stipanovic
Gabriel Gurméndez
Silvia Emaldi
Salvador Ferrer
Horacio Correge
Geoffrey Fichte
Alberto Charro
Gustavo Trelles
Alejandro Ruibal

Fernando Correa
Juan Olascoaga
Alfredo Antía
Andrea Roth
Juan Martínez
Diego O'Neill
Carlos Delfino
Julio Lestido
Luis Mosca

María Dolores Benavente
Marcel Vaillant
María Laura Rodríguez
Pablo Roselli
Gimena Waller
Ricardo Cabrera
Pablo Labandera
Carlos Saccone
Claudio Williman

Juan Berchesi
Darío Andrioli
Gustavo Quartino
Ricardo Arotxarena
Santiago Tarallo
Claudio D'Agostini
Matías Lagarmilla
Pablo Ramos
Guillermo Arrieta



UN DESEO QUE SUPERA CUALQUIER OTRO

ALL NEW SILVERADO DIÉSEL

PRECIO:
USD 84.990*

Todo lo que necesitás a bordo está en la nueva Silverado,
subite ahora y preparate para recorrer nuevos caminos.

FIND NEW ROADS™

www.chevrolet.com.uy / [f](#) ChevroletUruguay / [i](#) @Chevroletuy / [t](#) @Chevrolet_UY / [ACDelco](#)

MONTEVIDEO: CARPER, 2208 2055 - MONTEVIDEO, 2804 1632 - POCITOS, 2628 3525 - R. CRISTÓFANO, 2304 1634 - SILCA, 2400 4078 - CANELONES: LAS PIEDRAS, SILCA, 2381 8551 - PANDE, CANEPA'S, 2292 3344 - SANTA LUCIA, RCRISTOFANO, 4334 5486 CARONE -
RUTA INTERBALNEARIA Y CNO. DE LOS HORNEROS - TEL: 2682 3223 - CERRO LARGO: MELD, DEL ESTE, 4642 3807 - COLONIA: COLONIA DEL SACRAMENTO, SILCA, 4522 5597 - DURAZNO: DURAZNO, LAMONT, 4362 2802 - SARANDI DEL YI, LACAWA, 4367 9054 - FLORES:
TRINIDAD, AUTONORTE, 4364 3135 - FLORIDA: FLORIDA, 4352 4417 - MALDONADO: MALDONADO, FONTES, 4222 3321 - PAN DE AZÚCAR, FONTES, 4434 9012 - SAN CARLOS, FONTES, 4266 9017 - MERCEDES: MERCEDES, 4533 3966 - PHYSANDU: PHYSANDU 4723 5598 -
RIVERA: RIVERA, 4624 8428 - SALTO: SALTO, 4733 5597 - SAN JOSÉ: SILCA, 4342 2149 - TACUAREMBO: AUTOS LAMONT, 4633 2850 - TREINTA Y TRES: DEL ESTE, 4452 4266. DISTRIBUIDORES OFICIALES DE REPUESTOS: FEYVI S.A., 2924 1100 - MIRVIC LTDA., 2900 1465
*YAGUARÓN IMPORTACIÓN S.R.L., 2908 1136.



CÁMARA DE
VISIÓN 360°



SISTEMA DE DETECCIÓN
DE PEATÓN Y FRENADO
AUTOMÁTICO A BAJA
VELOCIDAD



WIFI 4G LTE
NATIVO
Y ONSTAR



MOTOR 3.0TD
DURAMAX
CON 277 HP
Y 610 NM



CHEVROLET



HSBC

100 AÑOS

Reserva Familiar



Giménez Méndez promueve el consumo responsable de nuestra Bebida Nacional
Decreto Número 171/014.



Las historias de verano siempre son las más lindas de contar.

Por eso estas vacaciones cuidate: hidratate, protegé tu piel del sol, mantené una distancia segura siempre e incluso cuando vas a la playa, usá mascarilla.

Disfrutá con la tranquilidad de saber que siempre estamos cerca y que si nos necesitás, podés coordinar tu teleconsulta a través de nuestra app exclusiva para socios.

Así, seguro tus historias de verano, tendrán siempre final feliz.

Historias con final feliz

 www.hospitalbritanico.org.uy

 [/hospitalbritanicouruguay](https://www.facebook.com/hospitalbritanicouruguay)

 [@hospitalbritanico](https://www.instagram.com/hospitalbritanico)



HOSPITAL BRITANICO

Tu vida nos inspira



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.uy

Redacción
Jessica Vázquez
jessica.vazquez@cronicas.com.uy

Consultores
Jorge Alfaro (Automovilismo)

Columnistas
Cr. Carlos Saccone
Cr. Darío Andrioli
Ec. Sofía Tuyarés
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

Impreso en
El País S.A.
Depósito legal: 373.529

PASANDO RAYA

Pandemias hubo decenas en la historia, desde que la humanidad tiene registros. La peste negra, en la Edad Media, el sarampión, el tifus, la gripe española, la gripe asiática, la gripe de Hong Kong, el VIH Sida, la gripe porcina AH1N1, el Sars, el ébola, el Mers, todas enfermedades que han dejado a su paso millones de muertos y que sus consecuencias duraron hasta 100 años. Ni que hablar de las enfermedades que vinieron de Europa, durante la época de la conquista, y devastaron la población autóctona de América. Pero el covid-19 ha causado tal impacto en la población como casi ninguna otra pandemia. Para empezar, las comunicaciones y la información hoy tienen otra dimensión. También es diferente la forma en que interactuamos los seres humanos hoy, donde basta con subirse a un avión para que las fronteras no existan.

Sin embargo, nunca tanta población a lo largo y ancho del planeta tuvo un estado de cuarentena similar -un tercio de la humanidad en confinamiento-, con las consabidas implicancias sociales y económicas. A eso se le suma el miedo y la incertidumbre causados por este evento a escala universal.

Así, la economía mundial tendrá su mayor caída desde la Segunda Guerra Mundial y el PIB per cápita disminuirá en 90% de los países, lo que implica una simultaneidad sin precedentes.

Viniendo a esta zona del mundo, según Cepal, América Latina y el Caribe tendrá la peor contracción de los últimos 100 años. El PIB de América Latina y el Caribe caerá en 7.7% en 2020, la peor crisis de toda su historia. A su vez, el nivel de PIB per cápita en 2020 retrocederá a los niveles observados en el año 2010 y se registrará un importante deterioro en el empleo, la pobreza y la desigualdad.

En este nuevo escenario, en 2020 la pobreza en la región podría incrementarse hasta 37.3%, mientras que la pobreza extrema a 15.5%.

Según establece Cepal, mirando al futuro, la dinámica del crecimiento en 2021 está sujeta a una alta incertidumbre relacionada con el riesgo de rebrotes de la pandemia, de la agilidad para producir y distribuir las vacunas y de la capacidad para mantener los estímulos fiscales y monetarios para apoyar la demanda agregada y a los sectores productivos.

Uruguay no es la excepción, y el organismo prevé que nuestra economía caiga este año 4.5%.

Mirando hacia adelante, los desafíos son múltiples, lo que obliga a afinar el lápiz a la hora de hacer que las cuentas cierren, o por lo menos intentar que lo hagan.

Ahora bien, ¿cuáles son las expectativas que tiene el empresariado uruguayo para cada segmento económico? ¿Cuál es la visión de los economistas de cara a lo que se viene? ¿Cómo está el sector financiero para apalancar el desarrollo y apoyar a sus clientes en este difícil momento? ¿Cuáles son las fortalezas del país y cuáles las debilidades para transitar lo que se viene?

Con este contexto en el horizonte, en esta edición de cierre de año reflejamos la opinión de referentes de los rubros más relevantes en la actividad económica del país. En este número opinan: Alejandro Stipanovic (Ancap), Gabriel Gurméndez (Antel), Silvia Emaldi (UTE), Salvador Ferrer (BROU), Horacio Correge (Scotiabank), Geoffrey Fitche (HSBC), Alberto Charro (BBVA), Gustavo Trelles (Santander), Alejandro Ruibal (Saceem), Fernando Correa (KatoenNatie) y Juan Olascoaga (Montecon).

Además, dan su visión Alfredo Antía (CIU), Andrea Roth (UEU), Juan Martínez (CCE), Diego O'Neill (CCU), Carlos Delfino (CEDU), Julio Lestido (CCSU), Ricardo Cabrera (Inavi), Pablo Labandera (experto en Comercio Exterior), Carlos Saccone (columnista de esta publicación), Claudio Williman (Ingeniero Agrónomo y MBA en Agronegocios), Juan Berchesi (expresidente del BPS y expresidente de República Afap) y Darío Andrioli (Carle&Andrioli)

A estos se les suman los economistas Luis Mosca, María Dolores Benavente, Marcel Vaillant, María Laura Rodríguez, Pablo Roselli y Gimena Waller.

Desde el sector automotor brindan su perspectiva Gustavo Quartino (ACAU y Autolider), Ricardo Arotxarena (Ascoma), Santiago Tarallo (Curcio Capital), Claudio D'Agostini (General Motors), Matías Lagarmilla (Julio César Lestido), Pablo Ramos (Grupo Santa Rosa) y Guillermo Arrieta (Zenex).

Están en **Empresas & Negocios**, edición especial.
Pasen y vean...

Escriben:

Oscar Cestau, Jessica Vázquez, María Noel Durán, Magdalena Raffo, Romina Peraza e Ignacio Palumbo.



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.

Llévala desde:

USD 59.990

Imp. incl.



Mercedes-Benz confía en  Lubricantes Shell

Autolider Uruguay. S.A | Inchcape - Distribuidor Exclusivo

Rambla Baltasar Brum 2986, Montevideo / (+598) 2209 4444 / www.autolider.com.uy

Hacia el liderazgo tecnológico

En un marco de mayor presión competitiva, Antel tendrá los grandes desafíos de poner el foco en el cliente y asegurarse de liderar en el rubro de la tecnología. En ese sentido, dar el salto a la conexión 5G será un punto de inflexión en los próximos años.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene Antel por delante para seguir desarrollándose en el país? ¿Qué espera para el 2021?

En nuestros planes y visión para el futuro creemos que Antel debe adaptarse a nuevas formas de desarrollar su actividad, en un escenario en que la vorágine del cambio tecnológico desafía su modelo de negocio tradicional.

Además, es un contexto de mucha más presión competitiva, que impondrá el nuevo marco legal que fortalece a la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (Ursec) en su mandato, la ley de portabilidad y otras normas que se discuten en el Parlamento, que comenzarán a abrir un poco a la competencia en el sector de banda ancha e internet.

Por eso, Antel debe poner su foco y atención en el cliente: satisfacer sus necesidades, anticiparlas, dar respuestas rápidas, fidelizarlo y brindarle servicios de calidad y precio. Debemos asegurarnos el liderazgo tecnológico, establecer procesos ágiles transformando digitalmente a la empresa y ser muy eficientes en el manejo de los recursos y en la operación. Es la única forma de competir.

El año próximo va a estar marcado

por un objetivo de inversiones de US\$ 152.000.000, volcado mayoritariamente a la infraestructura y con énfasis en el Interior, las localidades pequeñas y el Interior profundo, y los barrios satelitales de Montevideo. Hay un rezago importante en el desarrollo de nuestra cobertura y red de fibra óptica en estos sectores, y queremos concentrar el esfuerzo económico en el cerno de nuestro negocio y no dispersar esfuerzos en aventuras.

Pensamos pasar del 88% de hogares del país con fibra al 92%, y 99% en Montevideo, intervenir en ampliación de capacidad en 377 radiobases de celular y cubrir las principales rutas del país. Tenemos que terminar en el 2021 de cablear todas las localidades de más de 5.000 habitantes, muchas de las cuales están a medio camino de completarse aún.

El 2021 será también un año de transformación en la relación con el cliente, y nos hemos planteado como objetivo que todas las interfaces con nuestros usuarios se puedan hacer a través de canales digitales.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa para hacer frente a esta dinámica de trabajo y de prestación de servicios, que deviene tras la aparición del covid-19?

La empresa tiene como fortalezas su capacidad profesional, su red de infraestructura sumamente capilar y con una cobertura territorial importante, su liderazgo en el mercado y la fidelidad de sus clientes. Y ha sabido ir incorporando en forma oportuna nuevas tecnologías.

Sin embargo, tiene muchas oportunidades de mejora en áreas de gestión: automatización de procesos, profesionalización del marketing, modernización de sus sistemas informáticos, aprovechamiento y rentabilización de activos, y aplicación de tecnolo-

gías de información en su gestión interna. Es paradójico que la empresa no use internamente los sistemas que vende afuera, y que la precepción de ser una empresa de punta en términos de tecnología y “ferros” no se condice con su forma de hacer las cosas hacia la interna. Antel no tiene aún expediente electrónico. Allí hay un gran déficit. No es oro todo lo que reluce. Hay que ganar en agilidad y flexibilidad. Seguramente tengamos también que invertir mucho en preparar a nuestra gente en las nuevas formas de hacer las cosas.

En contrapartida, ¿qué amenazas ve en el horizonte?

Creo que, más que amenazas, debemos hablar de desafíos. Para los próximos años va a ser clave lograr ser competitivos en escenarios como el que afrontaremos, como decíamos, con una ley de portabilidad que puede movilizar el mercado y, seguramente, con algún cambio en los operadores que compiten con nosotros en esta plaza.

Dar el salto en estos años hacia la nueva tecnología 5G de manera oportuna e identificando los casos de negocios exitosos para su incorporación, y saber administrar la migración hacia la nueva generación en el mercado masivo, va a ser un punto de inflexión.

Aspiramos a ser los líderes en el mercado de internet de las cosas. Pero ello supone entender que la empresa en esos giros ya no va a vender un servicio estándar transaccional y masivo, sino soluciones expertas que requieren comprender nuevos negocios. Encontrar la forma de complementar capacidades y participar en esa generación de capas de valor sobre las mismas, va a ser clave. Eso supondrá un cambio organizacional y cultural importante.

Las telcos en el mundo ven acotadas sus posibilidades de crecimiento en los nego-

cios tradicionales: vender conectividad y celulares. Son mercados saturados y muy competitivos, donde el consumidor tiene menos disposición a pagar más. En cambio, deben ser un elemento central en el ecosistema de telecomunicaciones del país, como facilitador o viabilizador de los emprendimientos innovadores, los nuevos negocios, y participar en las áreas con crecimiento y generación de valor, pero sin pretensiones de hacerlo y abarcarlo todo; deberán encontrar las asociaciones y complementariedades necesarias. Como decía Darwin, no es el más fuerte el que sobrevive, sino el que mejor se adapta.

En estos momentos, debido a la afectación de la pandemia, muchas empresas, sobre todo estatales, además del negocio, tienen un rol social. ¿Cuál es el papel de Antel en este escenario?

Lo primero es que ser el principal actor en las telecomunicaciones del Uruguay nos impuso una gran responsabilidad en esta coyuntura. Ser capaces de dar respuesta al cambio de vida que significó la pandemia,



que nos obligó a educarnos, trabajar, entrenarnos, cuidar de nuestra salud, y hasta a querernos a distancia y por internet, fue una gran prueba de fuego y lo seguirá siendo. Somos el sistema nervioso central de la vida de las personas y las empresas, y nuestra obligación principal empresarial y social por

encima de todo es mantener el pulso de la sociedad. Además, esta forma de vida ya se instaló para siempre.

Y, por supuesto, tenemos que dar el apoyo como empresa del Estado a los desafíos que impone la situación. Hemos colaborado con esquemas de ayuda financiera a las actividades en problemas, alivio a las condiciones de pago de nuestros clientes con dificultades, planes comerciales especiales para los usuarios que permitieran soportar este incremento del 50% de los consumos de datos, entre otras cosas.

Capítulo aparte fue asistir con nuestros recursos a la situación emergencia. Creo que se debe destacar la ayuda que significó para el Ministerio de Desarrollo Social el poder distribuir más de 1.000.000 de canastas de alimentos usando la aplicación TuApp de Antel y el Banco República, así como el apoyo en las tareas de contacto de contagiados como asistencia al esfuerzo de rastreo del Ministerio de Salud. Antel hasta setiembre venía destinando más de US\$ 10.000.000 como contribución a todos estos esfuerzos colectivos.



Conoce nuestros comercios adheridos en

BROU.COM.UY

PEDILA 2 1996 000



**BROU
RECOMPENSA**

TODOS LOS DÍAS

30%
DE DESCUENTO
en hotelería
y gastronomía



10%
DE DESCUENTO
en farmacias
y supermercados



5%
DE DESCUENTO
en combustibles



Además, es la única Tarjeta de Crédito con la que te vuelve plata, para comprar donde y cuando quieras.

este verano
DISFRUTÁ URUGUAY
CON BENEFICIOS BROU

Bases y condiciones en brou.com.uy

BANCO REPUBLICA
NUESTRO BANCO PAÍS

El desafío de llegar a la eficiencia

El 2020 fue un año de cambios para Ancap. Por un lado, la pandemia hizo que se generara un protocolo de teletrabajo, que funcionó muy bien, y los controles sanitarios implementados garantizaron que la operación no se viera afectada. A esto se le sumó un gran desafío que el organismo tiene hacia el futuro: vender todos sus productos a precios de eficiencia.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene Ancap por delante para seguir desarrollándose en el país? ¿Qué espera para el 2021?

Es difícil imaginar un futuro inmediato desde una situación desconcertante y desafiante como la actual. Tenemos la obligación de estar preparados para diferentes escenarios en los próximos 12 meses: una evolución favorable de la pandemia y por tanto la recomposición estable de la normalidad en la actividad económica; el mantenimiento del estado actual, en alerta permanente y con cierta normalidad de la actividad económica expectante de un nuevo lockdown como en Europa; por último, un agravamiento de la situación sanitaria que restrinja la actividad económica.

En todo caso, el desafío es mantener la operación normal, en especial de la refinería y las actividades logísticas, al tiempo de resguardar la situación sanitaria de los empleados. Es un deseo de la sociedad y de todos

nosotros, pero para Ancap es absolutamente necesario mantener su dotación en condiciones sanitarias para una plena disponibilidad.

La especialización de las operaciones con combustibles hace que las únicas personas preparadas sean los funcionarios asignados a esas tareas. Trabajar en turnos 3 x 24 en cuatro guardias, nos da margen para que podamos disponer la cuarentena de personas que tuvieron contactos con positivos sin comprometer el suministro al país.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa para hacer frente a esta nueva dinámica de trabajo y de prestación de servicios, que deviene tras la aparición del Covid-19?

Ancap tenía planes de contingencia para la continuidad de negocio (BCP, por sus siglas en inglés), pero nadie esperaba que se aplicarían de esta manera. Esa prevención, el haber asumido con responsabilidad el manejo de las situaciones posibles, nos encontró mejor preparados para, en una semana de marzo, pasar a una situación inédita.

La constitución inmediata de un Comité de Crisis que generó protocolos y equipos de respaldo en todos los niveles fue una reacción rápida y muy eficaz. El equipamiento y los sistemas corporativos fueron también una fortaleza: el pasaje al teletrabajo sin grandes contratiempos fue posible porque rápidamente se puso en práctica la compra de equipos portátiles y la ampliación de licencias para el acceso seguro a redes remotas.

Ancap no paró ni en el peor momento: todas las transacciones y procesos siguieron su curso y, desde la liquidación de haberes hasta la facturación, todo se hizo con un fuerte componente de teletrabajo, sin arriesgar la integridad de los datos y de la infraestructura tecnológica.

La comunicación y la contención fueron claves en los meses de marzo, abril y mayo. Incertidumbres, temores, desconocimiento y aislamiento presionaban al personal y requirieron medidas profesionales que tenían que poner foco en lo más humano de nuestros funcionarios.

Todo esto deja un gran aprendizaje y ello se ve reflejado en la forma en la cual se plantean las relaciones interpersonales y nuevas maneras de trabajar. Por eso hay un Reglamento de Teletrabajo que se propuso para dar garantías a una forma de trabajar que se está abriendo paso en el mundo. Estimamos que un 25% de los funcionarios de Ancap podrán teletrabajar de manera regular, voluntaria, en base a objetivos, desde ambientes confortables y en condiciones previamente acordadas. Esto va a provocar cambios que entendemos serán relevantes en la calidad de vida de las personas y en su rendimiento a la organización.

En contrapartida, ¿qué amenazas ve en el horizonte?

Cualquier cambio afronta resistencias y esta transformación en el paradigma del trabajo no será la excepción. Además, Ancap enfrenta modificaciones sustanciales en su entorno de negocio que se manifiestan, en primer lugar, con el cambio en la metodología de fijación de precios.

Nuestra empresa tendrá la obligación de mantener el monopolio y de ofrecer los productos a la paridad de importación que determine la Ursea (Unidad Reguladora de Servicios de Energía y Agua). En otras palabras, Ancap debe poner en el mercado todos los productos que este le demande en calidad y cantidad y además hacerlo sin poder manejar la lista de precios: todos, simultáneamente, deberán ser vendidos a un precio de eficiencia.

La ansiada salida de la pandemia, las reformas en las regulaciones del negocio y

la obligación de Ancap de cumplir con los requerimientos de eficiencia que reclama la sociedad, son desafíos importantes que demandan la máxima atención y compromiso de sus empleados y autoridades.

En estos momentos, debido a la afectación ante la pandemia, muchas empresas, sobre todo las estatales, además del negocio, tienen un rol social. ¿Cuál es el papel de Ancap en ese escenario? ¿Qué iniciativas desarrolla de cara a la comunidad?

Cuando se habla de sustentabilidad nos debemos referir a que tenemos que ser económicamente rentables, amigables con el ambiente y socialmente responsables. Ese trinomio es indisoluble y, por tanto, la dirección de una empresa debe atenderlo en su conjunto y de manera continua.

Durante la pandemia, o en cualquier situación extrema, se notó lo imprescindible que es ser eficaz. En ese sentido, no hubo interrupciones en el suministro de combustibles a pesar de las exigentes y preocupantes condiciones sanitarias o el desplome del consumo,

que derivaron en la caída de la demanda de las refinерías de todo el mundo. Muchas de ellas debieron detener sus operaciones por no poder colocar su producción o pudieron verse forzadas a hacerlo por falta de personal. Por otro lado, la interacción con el Sinae (Sistema Nacional de Emergencias) fue fundamental desde el primer momento para atender los requerimientos de combustible



para la Operación “Todos en casa” desplegada por la Cancillería para el retorno de uruguayos varados en el exterior.

También lo fue para la atención al suministro de alcohol líquido y en gel para el sistema sanitario, especialmente ante el salto en la demanda de ASSE (Administración de los Servicios de Salud del Estado) que forzó a ALUR (Alcoholes del Uruguay), desde una posición de mercado minoritaria frente a importadores y laboratorios locales, a enfocar todos sus esfuerzos para viabilizar un incremento mayúsculo en la oferta de alcoholes, incluso asumiendo la reactivación de una planta de envasado que había dejado de operar en 2016.

El suministro incremental de alcohol al mercado desde el Grupo Ancap permitió no solo complementar la oferta de los privados al mercado consumidor y llegar rápida y explosivamente a centros de salud en todo el país, sino equipar a los grupos de encuestadores, rastreadores de contactos, personal militar, policial y de la salud, que tuvieron que enfrentar la primera línea en una batalla tan inesperada como desigual.

*El 2021 traerá
nuevos desafíos,
estamos preparados
para lograrlos.*

En Nodus exploramos alternativas, articulamos estrategias y desarrollamos soluciones innovadoras a medida de cada cliente.

NODUS
Explorar, articular, desarrollar.

Junto a las empresas
que buscan seguir adelante.
nodus.com.uy



Transformar con energía el país

Las grandes fortalezas que tiene UTE le permitieron hacer frente a los efectos de la pandemia. A lo largo del 2020, la empresa pública otorgó una serie de beneficios a fin de mitigar los problemas económicos que muchos uruguayos atravesaron. Hacia el año entrante, uno de los objetivos principales será mejorar la calidad del servicio.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene UTE por delante para seguir desarrollándose en el país? ¿Qué espera para el 2021?

La situación económico-financiera de UTE es buena, si bien el impacto del dólar, la sequía y el efecto de la pandemia harán que disminuya el resultado económico de este año. El 2019 cerró con unas ganancias de US\$ 179.000.000 y estamos previendo una ganancia de unos US\$ 70.000.000 para 2020. Tuvimos en el 2019 un dólar promedio de \$ 35 con una variación anual del 15%, y este año un dólar promedio de \$ 42 con una variación de un 14% adicional.

La recaudación de UTE es en pesos; de lo que se recauda, del orden del 50% se destina a comprar dólares para pagar los insumos que necesitamos: cables, transformadores, medidores que son importados, más lo que se suma por el pago de los contratos de energía eólica y solar, que también son en dólares. UTE compra unos 800.000.000 de dólares al año, por lo que el impacto del tipo de cambio tiene un efecto significativo en las finanzas de la empresa.

La variación de tipo de cambio es uno de los riesgos principales para nuestra gestión,

por eso tenemos contratos con el Banco Central y próximamente con otros bancos también, para establecer precios a futuro y así reducir la variabilidad en el tipo de cambio.

El plan quinquenal de inversiones apunta a privilegiar la inversión en redes para mejorar la calidad del servicio eléctrico y a desarrollar de forma integral el concepto de redes inteligentes. A partir de enero del 2021 estará operativo el Plan Inteligente, para promover el cambio a las tarifas doble horario y triple horario residencial, de modo que nuestros clientes puedan aprovechar la energía disponible en el país.

En 2021 se pondrá el foco en la movilidad eléctrica, buscando la descarbonización del transporte a través del impulso a la introducción de vehículos eléctricos. Se extenderá la ruta eléctrica en Uruguay, teniendo como objetivo cercano la instalación cada 50 kilómetros de un punto de carga en estaciones de Ancap.

En cuanto a la electrificación rural, si bien se está realizando un inventario actualizado, se estima que unas 2.000 familias que viven de la actividad productiva aún no tienen acceso a la energía eléctrica. Se analizará en cada caso si la opción más conveniente es extender la red convencional hasta el lugar donde viva el vecino o, como alternativa más eficiente, se pondrá a disposición de dichas personas un kit fotovoltaico autónomo, compuesto por paneles solares y baterías para almacenar la energía. Nosotros nos encargaremos, a través de empresas contratadas para ese fin, de hacer la instalación del kit y de la red de baja tensión interna a la vivienda. Luego, de forma mensual, se cobraría un monto fijo que pretende representar la mensualidad de la inversión y del mantenimiento del sistema.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa para hacer frente a esta nueva dinámica de trabajo y de prestación de

servicios, que deviene tras la aparición del covid-19?

Las principales fortalezas que tiene la empresa, que le permitieron hacer frente a las restricciones impuestas por la crisis sanitaria a la par de mantener el servicio eléctrico para todos los clientes en el territorio nacional, están asociadas a la vocación de servicio que con orgullo tienen los funcionarios que en forma silenciosa han desarrollado su actividad, haya pandemia, temporales o ambas cosas a la vez. Asimismo, el grado de digitalización que ha desarrollado UTE desde los años 90 permitió que las operaciones de la empresa se siguieran realizando a distancia a través de la red de comunicaciones propia y de Antel, así como por la infraestructura de hardware y de sistemas de información, que permiten que la mayoría de las actividades de gestión se ejecuten en forma remota.

Los principales procesos de la empresa cuentan con la certificación de las normas de la familia ISO, lo que hace que la actividad de la empresa esté muy protocolizada y esto es una fortaleza a la hora de tener equipos de trabajo en distintas localizaciones o realizando teletrabajo.

A una semana del 13 de marzo, más de 2.000 personas estaban desarrollando en forma normal su actividad, a través de la infraestructura tecnológica disponible en el organismo, utilizada desde el domicilio de los funcionarios. Para garantizar la prestación del servicio se establecieron protocolos para los trabajadores de campo. Las acciones más relevantes que emprendimos tuvieron que ver con el cuidado directo de nuestros colaboradores desde nuestra Unidad de Salud y Bienestar.

El equipo de médicos y psicólogos se hicieron cargo del seguimiento y trazabilidad de casos confirmados y sospechosos. Se brindó una línea de apoyo y atención psicológica, una vía de comunicación para recibir situaciones de violencia doméstica, con apoyo y contención personal. Todas estas actividades se basaron en una comunicación muy directa con el

personal, así como con los dos sindicatos que existen en UTE.

En estos momentos, debido a la afectación ante la pandemia, muchas empresas, sobre todo las estatales, además del negocio, tienen un rol social. ¿Cuál es el papel de UTE en ese escenario? ¿Qué iniciativas desarrolla de cara a la comunidad?

UTE desde el inicio de la pandemia ha tomado medidas especiales. Se otorgaron beneficios con el objetivo de minimizar el impacto ocasionado por el covid-19 en el ingreso de los hogares. Se han destinado unos US\$ 11.000.000 para atender la situación de los sectores relacionados al turismo, gastronomía, salones de fiestas, centros culturales, pequeños clubes deportivos y jardines de infantes.

La primera medida fue a comienzos de abril para los sectores más vulnerables, que implicó darles la posibilidad de realizar un pago mínimo de la energía contratada durante el período de duración de la pandemia.

Para todos los clientes residenciales se suspendieron los cortes de energía eléctrica a quienes tuvieran facturas impagas, y no se incluyeron en todos estos meses multas ni recargos por las



deudas generadas. Fue aprobado por el Directorio de la empresa un plan de financiación de deuda sin intereses, en 12 cuotas a pagar a partir de octubre. Se atenderán caso a caso las situaciones que puedan presentarse de aquellos clientes que tengan dificultades para mantenerse al día con el pago del servicio.

En el caso de los hoteleros, gastronómicos, salones de fiestas y afines, se los exoneró del cargo fijo y la potencia contratada se calculará de forma proporcional a la energía consumida en el año 2020 frente al mismo mes del año 2019.

También se dieron descuentos en sectores productivos que utilicen el riego con fines productivos y cuyo permiso de riego esté vigente. Ellos pudieron acceder al descuento del 15% de sus consumos hasta marzo de 2021.

Además, se exoneró de las tasas de reconexión a los clientes comerciales que, a raíz de la situación generada por la pandemia, debieron cesar sus actividades.

En cuanto a la comunidad, la inclusión social es un punto clave para lograr que todos los ciudadanos tengan acceso a la energía eléctrica en forma segura y seguir generando un hábito de pago en sectores que presentan dificultades. Estamos profundizando los planes en ese sentido. Para nosotros es una satisfacción ver que muchas familias, por primera vez, por haber regularizado el pago del servicio eléctrico, tienen un comprobante de domicilio para poder hacer diferentes trámites.



¡LES DESEAMOS MUCHAS FELICIDADES!

SALUS

#OrgulloDeNuestraNaturaleza

Empresas pujantes y empresarios comprometidos

Aunque la producción industrial viene en recuperación, este comportamiento no es igual en todos los sectores. Así lo estableció el titular de la CIU, quien hizo alusión a los desafíos y amenazas que tiene por delante la industria uruguaya, a la que calificó como uno de los motores de la economía.

Reflexionó, a su vez, sobre la contribución que realizan los empresarios al país, estableciendo que no hay forma de salir del estancamiento sin empresas pujantes.

¿Cuáles son las expectativas que tiene para el sector industrial en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

La producción industrial viene recuperándose y las expectativas de los empresarios van mejorando. Lamentablemente algunos sectores industriales no son parte de esta tendencia y están pasando por un período de contracción productiva. Lo más complejo viene siendo la recuperación del empleo,

que viene en un proceso más lento. Para 2021 hay mucha incertidumbre, porque la pandemia no está superada. Por eso es muy importante cuidarnos y ser responsables del punto de vista sanitario, tanto en el trabajo como en nuestra vida privada. Instamos a empresarios y trabajadores a que no bajen los brazos, porque muchos compatriotas están sin trabajo y si la pandemia se recrudece, no se podrán recuperar y otros tantos lo perderán. Si sanitariamente estamos bien, el año próximo posiblemente la industria siga recuperando terreno.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve la CIU en el horizonte ante este nuevo escenario?

El principal desafío es el sanitario, el de cuidar la salud de nuestra gente. La principal amenaza es que los casos aumenten significativamente, afectando el sistema de salud y aumentando las muertes. Del punto de vista productivo también tendría efectos. No es salud o producción, salud o empleo, es salud y producción, salud y empleo. Pretendemos que se vea de esa forma.

¿Qué evaluación hace la CIU de la actuación de esta nueva administración de gobierno para lograr la reactivación? ¿Cuáles son los puntos altos en su gestión de cara al desarrollo del sector y, por el contrario, qué medidas o iniciativas falta aún impulsar?

El primer elemento a destacar es el manejo de la pandemia, principalmente el no haber cerrado la economía, como muchos lo hicieron y hoy lo lamentan. También pensamos que la recuperación es-

tará respaldada por un aumento de la inversión, producto de los cambios en la reglamentación de la Ley de Inversiones, proceso en el cual nuestra Cámara fue escuchada como hacía tiempo no ocurría, ya que la mayoría de las modificaciones que propusimos fueron implementadas.

En términos más generales, también hay varios aspectos de la Ley de Urgencia y de la Ley de Presupuesto que mejoran el clima de negocios, generando mayor confianza para fomentar la inversión en nuestro país y atraer nuevos proyectos.

El sector industrial agrupa unas 17.000 empresas, que generan casi el 12% del PIB total de la economía generando unos 160.000 puestos de trabajo directos, con elevados niveles de formalidad.

A modo de ejemplo, la Ley de Presupuesto derogó la imposibilidad que las empresas tenían de deducir, en su totalidad, la pérdida de ejercicios anteriores en el Impuesto a la Renta. Es una medida que se venía solicitando desde la CIU y ahora, con esa disposición, se vuelve al régimen previo al 2016, que era el adecuado desde un punto de vista tributario y del fomento de la inversión.

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



NO
vivas la vida
SIN ELLA™

Scotiabank®

Del mismo modo, la Ley de Urgencia estableció en materia de ocupaciones de lugares de trabajo un avance en línea con las observaciones realizadas por la OIT hace casi 12 años. Hay otros puntos destacables, en particular

“El sector industrial ha tenido años difíciles pero, sin embargo, sigue siendo uno de los principales motores de la economía uruguaya”.

lo crediticio a través del SiGa, el cambio de la regulación del sistema bancario para no modificar las calificaciones crediticias, las extensiones en el tiempo de las devoluciones de impuestos a la exportación que vencían este año, la prórroga automática del vencimiento de admisiones temporarias que vencían en 2020, alivios tributarios para pymes, aplazamiento del pago de algunos tributos. Además, en estos días se aprobó una ley que faculta al Banco de Previsión Social a extender la vigencia de los certificados comunes del BPS. Es una medida que contribuye a no detener la actividad empresarial ante la falta de dicho certificado.

En materia de Consejo de Salarios, el acuerdo puente hasta el año 2021, representa una salida razonable para todas las partes, donde gobierno, trabajadores y empresarios demostraron la madurez necesaria para el momento.

En el corto plazo creemos que faltaría utilizar las compras públicas como motor de la recuperación del empleo, aumentando la preferencia a la producción nacional.

De largo plazo, falta seguir impulsando y llevando a la práctica una agenda pro competitividad, pero que tiene que ver más con el crecimiento que con la recuperación. En esa agenda está la rebaja de los costos energéticos que impulsa el gobierno, los cambios en la regulación de las relaciones laborales adoptando todas las recomendaciones de la OIT, y la búsqueda de oportunidades comerciales para nuestros exportadores a través del abatimiento de los aranceles y las trabas que enfrentan para entrar a los mercados, principalmente los de mayor poder adquisitivo.

¿Cuáles son las fortalezas que muestra el sector industrial en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad?

El sector industrial ha tenido años difíciles pero, sin embargo, sigue siendo uno de los principales motores de la economía uruguaya. No solo por lo que produce, sino por el derrame de actividad que genera en sus proveedores tanto de bienes como de servicios. Hoy la industria tiene empresarios comprometidos con la producción y la mejora continua, un endeudamiento financiero controlado, importante capacidad ociosa, y ha invertido mucho en mejorar tecnológicamente en los últimos años. La fuerza de trabajo industrial es calificada, porque nosotros hacemos un enorme esfuerzo en que no se queden atrás con los cambios tecnológicos. Y ha demostrado estar preparada para producir sanitariamente en forma responsable, porque son insignificantes los casos de covid en la industria. Si hay condiciones competitivas, nuestra industria ya ha demostrado que tiene importantes capacidades para generar crecimiento económico, contribuir al desarrollo y el bienestar de nuestra gente.

¿Cuáles son los grandes números de la industria uruguaya hoy?

Nuestro sector agrupa unas 17.000 empresas, que generan casi el 12% del PIB total

de la economía generando unos 160.000 puestos de trabajo directos, con elevados niveles de formalidad. Las remuneraciones están por encima del promedio de la economía, y se cuidan al máximo las condiciones de seguridad e higiene de nuestra gente, que es una de nuestras principales fuentes de competitividad. No hay que olvidar que nuestro sector ocupa desde un peón no calificado hasta un doctor en ciencias, dando empleo a un espectro muy heterogéneo de personas con las más diversas competencias. La industria mejora el tramado social y por ello creemos que es la herramienta idónea en la búsqueda de la recuperación del empleo. Por último, destacar que la industria exporta unos US\$ 7.400 millones, que representa el 80% del total de las exportaciones de bienes del país.

¿Algo más para agregar?

Creemos que, para el desarrollo de nuestro país, es necesario que se valore debidamente la contribución que realizan los empresarios. No hay forma de salir del estancamiento sin empresas pujantes, y no hay forma de tener empresas pujantes si no tenemos empresarios comprometidos y dispuestos a arriesgar continuamente. Estoy convencido que por ese camino saldremos adelante.



Siempre hacia adelante

En un año muy desafiante seguimos adelante, invirtiendo en el país, generando trabajo y creciendo juntos.

- Trabajamos en más de 100 obras.
- Operamos en Uruguay, Perú, Paraguay y comenzamos proyectos en Chile.
- Invertimos en más de 90 equipos nuevos.
- Generamos más de 700 nuevos puestos de trabajo.
- Somos más de 2900 personas en el equipo.



GRUPO SACEEM



Salir de la caja

Para el presidente de la CCE, toda crisis es una oportunidad para innovar y emprender nuevos desafíos. Bajo esta premisa, alienta a los empresarios a mirar la actualidad con “mente abierta” para lograr un mayor desarrollo económico y social del Uruguay.

¿Cuáles son las expectativas que tiene para el sector empresarial –nucleado en la Confederación–, para 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Es de esperar dos etapas bien diferenciadas: el primer semestre, donde se logrará estabilizar la desaceleración; y el segundo semestre, donde comenzará la reactivación y el crecimiento de la economía local y mundial. Es evidente que alguna unidad productiva no podrá sostenerse y se reconvertirán, pero el mayor desafío es captar divisas que permitan recuperar el mercado del trabajo. Sin duda, este será en un nuevo escenario donde la capacitación en nuevas herramientas será imprescindible.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector empresarial, y cuáles son los temas que más preocupan a la Confederación?

La CCE trabaja en temas de estructura y lo que los presidentes de las diversas cámaras que lo integran soliciten.

En tal sentido, es relevante encarar reformas en varias aristas, como en el sistema educativo. En este aspecto apoyamos al proyecto de Eduy21, con enfoque a promover la salida

laboral en el marco de las necesidades del Siglo XXI.

Otro punto es la reforma de la seguridad social, con mayor eficiencia de costos y mejoras para los jubilados y pensionistas. También apostar a la mejora de la competitividad, tanto en relación a los costos internos de producción -tarifas a costos de generación-, como con el mundo -tipo de cambio-. También implementar una regla fiscal, incluir al informalismo en estructuras formales y promover una reforma del Estado, que debe ser más eficiente y con menores costos de gestión.

¿Qué evaluación hace la Confederación de la actuación de esta nueva administración de gobierno para lograr la reactivación?

¿Cuáles son los puntos altos en su gestión de cara al desarrollo del sector empresarial y, por el contrario, qué medidas o iniciativas falta aún impulsar?

La pandemia ha limitado la actuación de la nueva administración. No obstante, la ley de urgente consideración (LUC) incluye varios puntos de su programa de gobierno que apoyamos.

El manejo sanitario hasta la fecha ha permitido posicionar muy bien al país en el contexto internacional, que significaría una buena cosecha en la reactivación mundial de la economía.

“El sector tiene la gran fortaleza de su unidad y coherencia, que permitirá obtener logros en mejora de gestión y eficiencias productivas”.



Hay medidas, como la reactivación de la construcción, la captación de inversiones extranjeras, la apertura internacional, y la creación del Fondo Covid-19, que van en el sentido correcto para evitar una caída macroeconómica.

Sin duda hay mucha tela para cortar y temas a gestionar para lograr el desarrollo productivo del país. Algunos de ellos pasan por la mejora en la infraestructura y logística, negociar acuerdos bilaterales internacionales que permitan una mayor inserción de nuestros productos en el mundo, readecuar el mercado laboral mediante la reconversión y reinserción en la cultura del trabajo y demás.

¿Cuáles son las fortalezas que muestra el sector empresarial de nuestro país en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad?

El sector tiene la gran fortaleza de su unidad y coherencia, que permitirá obtener logros en mejora de gestión y eficiencias productivas, que redundarán en más inversión y más trabajo calificado para nuestra gente.

¿Algo más para agregar?

Toda crisis es una oportunidad para innovar y emprender nuevos desafíos. Si salimos de la caja tradicional y miramos la situación con mente abierta, dialogando entre todos los actores sociales, tendremos la mayor oportunidad de impulsar el desarrollo económico y social del Uruguay. Está en nuestras manos conseguirlo.

**Cumplimos 70 años construyendo
un camino de confianza que
nos proyecta al futuro.**




LESTIDO

70 
AÑOS

De Uruguay al mundo

El sector exportador se vio afectado por la pandemia, pero las perspectivas para el año próximo son alentadoras. Para lograr el crecimiento esperado, la Unión de Exportadores (UEU) planea llevar adelante diversas acciones, entre las que se encuentra la generación de una Estrategia Nacional de Exportaciones.

¿Cuáles son las expectativas que tiene para el sector en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Desde la UEU estamos trabajando fuertemente para que el 2021 sea un año de crecimiento, en el que las empresas logren recuperarse de los efectos de la pandemia y que puedan exportar incluso más que antes. Las proyecciones de organismos y analistas apuntan a un crecimiento de prácticamente todas las economías el año entrante y esa es una muy buena noticia para Uruguay, ya que la mayor dificultad en 2020 fue la caída de la demanda en los mercados de destino. El impacto de la pandemia fue diferente en los distintos rubros y las expectativas también varían según el tipo de exportación. No fue igual el efecto en las exportaciones de alimentos —que en mayor o menor medida lograron exportar todo el año—, que las exportaciones de bienes industriales finales o intermedios no alimenticios. Estos últimos dependen en buena medida de la normalización de los centros comerciales y de actividades que se vieron pausadas a nivel mundial.

¿Cuál es el trabajo que está haciendo actualmente la UEU para lograr ese crecimiento exportador?

La UEU viene gestionando dos agendas, una de corto plazo y otra de mediano y largo plazo. La de corto plazo surge de grupos de trabajo enfocados en tres grandes temas que son los más relevantes para los exportadores: logística y conectividad, costos de producción y acceso a mercados. Estos grupos apuntan a detectar dificultades específicas, buscar soluciones y plantearlas a las autoridades o a quien corresponda. Esta metodología de trabajo ha sido efectiva y se van logrando resultados.

En la agenda de mediano y largo plazo tenemos la generación de insumos para aportar a una Estrategia Nacional de Exportaciones, que debería ser diseñada e implementada en conjunto con el gobierno y todos aquellos actores vinculados al comercio exterior, tanto del sector público como del privado. La mirada está puesta en el mediano y largo plazo, pensando el Uruguay que queremos, dónde están las potencialidades exportadoras, qué acciones podemos emprender hoy para lograr un aumento sustancial de las exportaciones en los próximos cinco años.

Además, dentro de la UEU estamos desarrollando tres nuevas divisiones. Por un lado, una división de apoyo a las pymes, a partir de la cual se generó una iniciativa conjunta con BROU, ANII, ANDE y Uruguay XXI que denominamos “Pyme al Mundo”. Con ella buscamos ayudar en el proceso de internacionalización a pymes con potencial exportador o que lleven menos de dos años exportando. La modalidad de trabajo será con mentores que acompañen en el camino hacia la exportación.

Por otra parte, una división de “género” y otra de “exportación sustentable”. Con esto buscamos dar mayor énfasis a estos temas y trabajar con los exportadores en áreas que son cada vez más relevantes en términos de desarrollo y comercio.



¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector empresarial?

El desafío en los tiempos que vivimos es poder adaptarse rápidamente a los cambios. Esto sucedió con la pandemia y también está pasando con los cambios tecnológicos o con tendencias hacia una producción sustentable. El ejemplo de este año es claro: ante la situación de emergencia sanitaria, las empresas que han tenido la capacidad de responder rápido a la nueva realidad han podido sortear los obstáculos de mejor manera.

Ha sido un esfuerzo importante, las empresas debieron adaptar su forma de trabajo a nuevas exigencias sanitarias tanto a nivel local como internacional, cuidar a su personal con teletrabajo —en los casos en que fue posible—, modificar estrategias y negociar con clientes. Esto va de la mano con la profundización del apoyo a las pymes, ya que en general las empresas más pequeñas son más vulnerables ante impactos negativos del entorno. Ahí hay un rol de nuestra parte en brindar apoyo y evitar que se queden por el camino.

¿Qué evaluación hace la UEU de la actuación de esta nueva administración de gobierno para lograr la reactivación? ¿Cuáles son los puntos altos en su gestión de cara al desarrollo del sector exportador y, por el contrario, qué medidas o iniciativas falta aún impulsar?

Me gustaría destacar el diálogo que tenemos con las autoridades; fue algo que también tuvimos en administraciones anteriores y que logramos continuar de forma muy fluida con la actual.

Al inicio de la emergencia sanitaria planteamos al Poder Ejecutivo una serie de puntos que creíamos necesarios en el nuevo contexto. El primero fue mantener la actividad funcionando, ya que los exportadores debían cumplir con los compromisos asumidos con sus clientes y no perder pie en los mercados de destino. En ese sentido, encontramos apoyo de las autoridades y se logró mantener la actividad respetando todos los protocolos.

Luego hubo una serie de medidas como aplazar vencimientos, seguro de paro espe-

cial o disposiciones de apoyo a la inversión, que apuntaron a que la mayor cantidad de empresas pudieran continuar pese al golpe de la pandemia. Fueron todas resoluciones muy bien recibidas.

Ahora hay que continuar trabajando en la agenda de corto plazo mencionada anteriormente. Algunos aspectos fueron considerados en la Ley de Presupuesto y otros quedaron para más adelante. El foco está en lograr mejoras en nuestra competitividad e inserción internacional. Hay camino hecho, pero falta mucho por andar.

¿Cuáles son las fortalezas que muestra el sector exportador de nuestro país en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad?

El país en su conjunto tiene una gran fortaleza y es la imagen que tiene a nivel internacional como país serio, confiable, respetuoso de los contratos, con instituciones fuertes y estabilidad política. Todos ellos son factores relevantes a la hora de enfrentar la emergencia sanitaria.

Además, los exportadores son reconocidos en el exterior por sus bienes y servicios de calidad, tenemos certificaciones que avalan nuestra forma de producir y buena parte de nuestras exportaciones son bienes alimenticios o de primera necesidad. Esas son todas fortalezas en momentos como el actual.

Por el contrario, ¿cuáles son las debilidades que ve en el sector ante este nuevo contexto?

Las debilidades son las que ya venimos planteando hace tiempo y que se ven agravadas por la situación actual. Están vinculadas, principalmente, a la falta de competitividad –nuestra agenda de corto plazo–. Las podemos resumir en los costos internos a los que se enfrentan los exportadores a la hora de producir, que en muchos casos los dejan en posiciones muy poco competitivas, y el no contar con acuerdos comerciales frente a competidores que sí tienen esa ventaja. Es por eso que en 2021 redoblabamos esfuerzos para que se sigan allanando caminos e incrementar las exportaciones.

BBVA

Creando Oportunidades

Tu banco está donde vos estás

Usá **BBVA net** y la **App BBVA** para conectarte con tu Banco. Podés revisar tus cuentas, hacer transferencias, pagar tus facturas y tarjetas siempre que precisés.

Si aún no tenés BBVA net hacete usuario ingresando a bbva.com.uy. Con esa misma clave podrás ingresar a la App BBVA.

En BBVA, hoy más que nunca estamos donde estás.



Descargala ahora.



Un sector bombardeado que busca levantarse

Las cifras de desempleo dentro del sector Comercio y Servicios son alarmantes, aunque no estén en los mismos niveles que en el mes de mayo, donde se llegó a cifras mayores. La adecuación del sector a las nuevas tecnologías y la mayor cercanía con el consumidor final ha provocado una mejora en las propuestas comerciales; sin embargo, se estima con una mejoría real comenzará a verse a mediados de 2021.

¿Cuáles son las expectativas que tiene el sector para 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Sin duda no podemos desasociar las expectativas para el próximo año de cómo vayamos enfrentando la situación sanitaria en el país. En un principio, se tenía previsto una recuperación antes del aumento de brotes a finales de noviembre y principios de diciembre; estimábamos que se podía dar una recuperación -siempre con cifras menores previo a la pandemia- para el primer semestre del 2021.

Si bien estamos con mucha expectativa respecto a la implementación de la vacuna y al fin de la emergencia sanitaria, que ha tenido un impacto muy negativo en toda la actividad del comercio y los servicios en

nuestro en país, sabemos que tenemos por delante unos meses de altísimo riesgo. La temporada turística va a sentir el impacto fuerte de la pandemia y de la falta del turista extranjero. Sabemos también que este tiempo de celebraciones y compras navideñas genera una mayor circulación de personas, lo que aumenta el riesgo, por lo que desde la Cámara impulsamos una campaña de comunicación llamada 'Más comercio seguro', con consejos y orientaciones para que el comercio siga activo y no sea un factor de riesgo.

En cuanto a las expectativas, estamos viendo que la recuperación que todos estimamos se podía dar a principios del primer semestre del año que viene, dada la situación sanitaria, se debe ver postergado para el segundo semestre del 2021.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector del comercio y los servicios en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve la Cámara en el horizonte ante este nuevo escenario?

El mayor desafío que tenemos es, primero, poder vivir y mantener los comercios y servicios activos mientras la pandemia siga con nosotros. Hemos visto que los cambios en los sistemas de venta y la incorporación de tecnología ha sido una de las respuestas más importantes y más acertadas del sector en estos tiempos. Hoy, lo que antes se planteaba como un mantra para el éxito de un local comercial era "location, location, location"; sigue estando vigente, pero una de las "location" ineludibles es la de las pantallas del consumidor. El comercio y los servicios tienen que estar al alcance de la mano del consumidor, en su celular, y hay que estar preparados para responder rápido, con calidad y a buen precio. Esto tiene una gran virtud, que es la democratización del sector.





SEGUROS

ME IMPORTÁS VOS Y QUE DISFRUTES TUS VACACIONES.

SOLUCIONES DE MOVILIDAD EN MALDONADO

Traslado de bicis | SURA te lleva | Guardado de motos |
Mecánica ligera | Aspirado

MÁS QUE UNA ASEGURADORA,
UNA SOLUCIONADORA.





¿Qué evaluación hace Cámara de la actuación de esta nueva administración de gobierno para lograr la reactivación? ¿Cuáles son los puntos altos en su gestión de cara al desarrollo del sector y, por el contrario, qué medidas o iniciativas falta aún impulsar?

Para nosotros la evaluación es muy buena y se está haciendo lo que es necesario hacer. Coincidimos en la estrategia del gobierno de orientar las acciones en torno al concepto de libertad responsable y apelamos a la responsabilidad de cada persona y cada empresa para extremar las medidas sanitarias. Seguimos pensando en que el costo de tarifas públicas y, en general, la carga impositiva es muy alta, pero entendemos que en estos tiempos no es el momento de discutir otros temas que no sea el de enfrentar la pandemia.

Las preocupaciones más importantes de nuestro sector, que venimos planteando hace ya algunos años, siguen siendo el costo de los servicios públicos y la carga fiscal, la informalidad, la inseguridad, la cultura de trabajo, las relaciones laborales y la competitividad.

¿Cuáles son las fortalezas que muestra el sector en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad?

La adecuación del sector a las nuevas tecnologías, la mayor cercanía con el consumidor final, y su empoderamiento ha provocado una mejora en los servicios y en las propuestas comerciales que se renuevan e innovan para responder a un consumidor cada vez más exigente.

¿Cuáles son los números del comercio y los servicios hoy?

En cuanto al PIB del sector Comercio y Servicios, la caída es del 25% en el segundo trimestre, y del 13% en el tercer trimestre. Además, el BPS registró que hay unas 900 empresas menos del sector Comercio y Servicios en la comparación interanual entre agosto de 2020 y agosto de 2019. Los sectores más afectados han sido el transporte y almacenamiento (-1100 empresas); restaurantes y hoteles (-430 empresas) y servicios de entretenimiento, fiestas y eventos (-220 empresas).

En lo que respecta al empleo del sector, según datos del BPS, los beneficiarios totales del seguro de desempleo alcanzaron en noviembre el registro de 76.078 personas, lo que marca un nuevo descenso desde el mes de mayo, cuando se produjo el pico máximo de personas en el seguro de desempleo (185.769).

El sector Comercio y Servicios registra en noviembre 49.171 personas en el seguro de desempleo, marcando también una tendencia a la baja desde el mes de mayo. Esto significa que del total de personas que hoy están en seguro de desempleo, el 64.6% pertenece a nuestro sector. Un año atrás eran 19.181 personas en seguro de desempleo, lo que representa un incremento de más del 150% (30.000 personas).

“El BPS registró que hay unas 900 empresas menos del sector Comercio y Servicios en la comparación interanual entre agosto de 2020 y agosto de 2019”.

Si bien estas cifras podrían estar evidenciando cierta recuperación del mercado de trabajo bajo el contexto de pandemia, aún se presenta muy lenta y moderada; en la actualidad la cifra de desempleo asciende al 11.2%, lo que representa 198.400 personas que buscan empleo y no lo encuentran. En cuanto a las fiestas de fin de año, Equipos

Consultores reveló que en torno del 75% de los consumidores dice que acudirá a menos actividades o reuniones de festejos, lo cual es positivo desde el punto de vista sanitario, pero va a tener impactos negativos en el plano comercial. Más aún, de ese 75%, la amplia mayoría (más del 70%) piensa gastar menos en cada actividad.

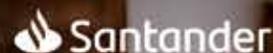
“La recuperación que todos estimamos se podía dar a principios del primer semestre del año que viene, dada la situación sanitaria, se debe ver postergado para el segundo semestre del 2021”.

En una encuesta realizada por la CCSU, se volcó que en el caso del sector Comercio, los rubros indumentaria, juguetería, informática y comunicaciones registran guarismos de contracción en sus niveles de venta mayores al 70%. Pero se destacan rubros tales como hoteles y alojamiento, servicios de fiestas y eventos, servicios de seguridad y de transporte, que registran una caída de sus ventas mayor al 80%, respecto a los resultados del año anterior.

Además, se informó que el 36% de las empresas redujo su plantilla durante este año respecto al 2019, mientras que el 57% la mantuvo. El 31% de las personas encuestadas considera que en la actualidad la situación de su empresa es mala/muy mala, mientras que otro 31% expresa mantener una situación buena, y sólo un 3% muy buena.

En términos de proyecciones para el próximo año, el factor trabajo es el que presenta el escenario más pesimista, dado que sólo un 9% de las empresas encuestadas estima contratar nuevo personal en su empresa. Se confirma un escenario de recuperación económica para el año próximo aún lento y con altos niveles de incertidumbre, pudiendo lograrse una relativa estabilidad económica recién para fines del 2021.

ruta *Gourmet*



TODOS LOS DÍAS, CON TODAS LAS TARJETAS,
EN MÁS DE 60 RESTAURANTES

25%

con crédito y
débito Select

20%

con crédito Oro
y Platinum

15%

con crédito y
débito

Punta del Este

La Barra

Manantiales

José Ignacio

Rocha

Montevideo

#ElBancoDelVerano

La grilla de restaurantes puede modificarse sin previo aviso. No aplica para tarjetas de débito correspondientes al paquete Cuenta Nómina Básica de inclusión financiera (BIN 483114). Ver bases, condiciones y límites por tarjetas en www.santander.com.uy

Retomar la senda del crecimiento

A diferencia de otros sectores, el de la construcción sorteó el 2020 en buena forma, aunque eso no impedirá que la actividad caiga por sexto año consecutivo. Pero el 2021 aparece como más prometedor y hay confianza de que se retome la senda de crecimiento. La obra de UPM 2 representará un impulso importante aunque, la inversión pública, que siempre tuvo un peso importante, se está viendo resentida ante una ley de presupuesto austera en función de las restricciones fiscales que el país tiene.

¿Cuáles son las expectativas que tiene el sector para 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

La construcción viene transcurriendo este 2020 con bastante buen suceso. Ante la pandemia acordamos una licencia especial sobre finales de marzo y principios de abril, que se continuó con la licencia habitual de Semana Santa, volviendo a la actividad el lunes 13 de abril y desde allí hemos trabajado en esta nueva normalidad, aplicando un protocolo muy estricto de cuidado, pero hemos logrado trabajar con niveles de productividad similares a la prepandemia. La actividad volverá a caer en 2020, completando seis años consecutivos de caída,

pero las expectativas para 2021 son de comenzar a revertir ese proceso y retomar la senda del crecimiento. Esto se apoya en que vamos a tener el pico de actividad en las obras de UPM 2, el ferrocarril central, los proyectos de participación público-privada y todos los incentivos que el gobierno ha otorgado sobre la vivienda promovida y los proyectos de gran dimensión económica. Esperamos un año bueno en actividad, con la incertidumbre de cómo nos seguirá afectando la pandemia, que puede tener nuevos impactos sobre la economía del país y, por ende, sobre la construcción.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector en tiempos de pandemia, y qué temas preocupan a la CCU ante este nuevo escenario?

El primer desafío que tiene el sector, como lo tiene todo el mundo, es el control de la

pandemia. Es decir, poder aplanar la curva de contagios y tener la posibilidad de desempeñar las actividades en un marco de menor riesgo para la salud de la gente, de baja circulación del virus. Por otro lado, la economía global ha sufrido mucho por la pandemia, lo que genera incertidumbre sobre el dinamismo de la inversión productiva y sobre la demanda efectiva para toda la producción inmobiliaria que se pueda volcar al mercado. También hay una parte de ese mercado que siempre ha sido de los países vecinos, entonces también hay incertidumbre de cómo podrá comportarse ese sector del mercado.

¿Qué evaluación hace la Cámara de la actuación de esta nueva administración de gobierno para lograr la reactivación?

¿Cuáles son los puntos altos en su gestión de cara al desarrollo del sector



¿y, por el contrario, qué medidas o iniciativas falta aún impulsar?

La nueva administración viene impulsando las medidas que había anunciado en la campaña. La ley de urgente consideración (LUC) es un buen ejemplo, y una serie de medidas tomadas pensando en la mejora de la competitividad, en la reducción de costos, por ejemplo en el tema de los combustibles, así como la modificación de la reglamentación de la Comap. En lo específico del sector, las medidas que se tomaron para la vivienda promovida y para los proyectos de gran dimensión económicas son muy positivas, estimulan la oferta y la producción de construcción, muestran una apuesta al sector privado, a la inversión privada y a darle las mejores condiciones para que esa inversión se concrete. Lo que nos queda en el debe va por el lado de la inversión pública, que siempre tuvo un peso importante, y que se está viendo resentida por una ley de presupuesto muy austera en función de las restricciones fiscales que el país tiene. Nosotros pensamos que deberían buscarse formas alternativas de financiamiento, extrapresupuestales para poder ejecutar obras de infraestructura que el país necesita, fundamentales para el desarrollo económico, la competitividad, la mejora de la productividad y la generación de empleo, algo que se ha agravado por la pandemia. Esperamos señales y medidas concretas de la administración en esta dirección.

¿Cuáles son las fortalezas que muestra el sector en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad? ¿Cuánto mueve la aguja UPM2?

El de la construcción es un sector maduro: firmamos un convenio colectivo a tres años que da una señal de certeza y de estabilidad a los inversores; las empresas apuestan fuerte a la incorporación de tecnología con inversión en maquinaria y equipo, para mejorar la eficiencia, la productividad y las condiciones de trabajo; contamos con una capacidad instalada importante -por ejemplo, en la obra de UPM 2 las empresas nacionales son protagonistas relevantes tanto en la obra civil como cuando inicie el montaje-. Tenemos un sector muy dinámico para impulsar la economía y el desarrollo.

La obra de UPM 2 está teniendo un papel importante este año y será aún mayor en 2021. Pero, a pesar de ser la inversión privada más importante en la historia del país, precisamos mucha más inversión para el crecimiento del sector.

¿Cuáles son los grandes números de la construcción hoy?

Con los datos disponibles a setiembre, estamos en un nivel de ocupación similar a setiembre de 2019, es decir que el nivel de actividad es similar al del año pasado, aunque al cierre del año tendremos otro ejercicio con caída. Los motores de la construcción son, básicamente, tres: la inversión privada en vivienda, que representa un 20% y que está con buen dinamismo; la inversión privada productiva (no vivienda), que representa un 50% y que hoy su mayor exponente es la planta de celulosa; y la inversión pública, que representa un 30% pero que está bastante deprimida. Para que la construcción sea un motor del desarrollo y la generación de empleo, hemos propuesto al gobierno -y confiamos que avance en ese sentido- alternativas extrapresupuestales para el financiamiento de infraestructura que el país necesita.

Hyundai Kona

100% eléctrica

La conducción del futuro.

Garantía
de batería
81 / 160.000!



Autonomía
hasta **482** km



5 AÑOS
DE GARANTÍA
SIN LÍMITE DE KM

Espaciosa y versátil, eléctrica y potente, elegante y funcional: así es la SUV que combina lo mejor de los dos mundos, en una sola camioneta. Encontrala en Hyundai Fidocar y su red de concesionarios en todo el país.

hyundai.uy

 Fidocar

 HYUNDAI

Seguir insistiendo en nuevas políticas económicas

La informalidad, el desempleo y las insuficientes medidas en los comercios fronterizos son de los asuntos que más preocupan a la CEDU. El diálogo constante con el gobierno en busca de soluciones es una realidad, pero aún se esperan políticas más fuertes, que no permitan la caída total de más negocios.

¿Cuáles son las expectativas que tiene CEDU para 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

La principal expectativa es verle un final al estado de pandemia en el que nos encontramos. El virus nos dejó en suspenso por casi un año, porque ingresamos al 2020 llenos de expectativas de un nuevo gobierno; todo en un contexto regional complicado y un déficit nacional importante, en el cual proponíamos medidas para la mejora de competitividad, de rentabilidad, y de aliviar las cargas fiscales al comercio e industria para poder generar nuevos empleos.

El covid-19 dejó a la economía en un contexto crítico, teniendo que enfrentar una situación gravísima tanto a nivel de empleos, como empresarial y de gobierno. Bajo este contexto de incertidumbre, al comercio y la industria del país -y más a los pequeños, que venían funcionando con poco margen de ganancias y en muchos casos nulo- se le ha hecho difícil hacerle frente a esta situación, quedando muchas empresas por el camino y todavía no sabemos cuántas más podrán perderse, hasta no saber cuándo termina la pandemia.

Hay que reconocer las medidas que tomó el gobierno para tratar de paliar la situación, medidas que compartimos y en algunos casos colaboramos para que fueran efectivas.

Creo que las expectativas para este 2021 es poder navegar en esta nueva realidad y tratar de mejorar la situación para evitar que se bajen más empresas.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el Interior en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve CEDU en el horizonte ante este nuevo escenario?

Los desafíos son muchos para este 2021; ya lo eran para el 2020 y ahora se agravaron. Mantener la economía funcionando ha sido un elemento crucial para todos, un desafío único por parte de las micros, pequeñas y medianas empresas del Uruguay. Han implementado protocolos para combatir al virus y, además, lamentablemente han tenido que bajar costos de funcionamiento, perdiendo empleados y endeudándose para poder seguir funcionando. Hemos realizado planteos de toda índole a las autoridades, solicitando ayudas, exoneraciones, y demás. Siempre nos han recibido y escuchado, pero no siempre hemos tenido las respuestas que deseábamos; también es entendible en la situación que estamos. Pero se han logrado cosas y esperamos poder seguir adelante conquistando más beneficios para el Interior del país, que es lo que representa CEDU. Seguiremos insistiendo en políticas de fronteras, que el año pasado celebrábamos que se habían incluido en el plan de gobierno, pero todavía no se ha logrado implementarlas.

Estas políticas son imprescindibles para una parte importante del territorio nacional y más ahora que, debido a la pandemia y al cierre de fronteras por las medidas sanitarias, ha dejado en evidencia la cantidad imprecionante de divisas que se iban del país sin hacer aporte alguno al Estado.

En contrapartida, ¿cuáles son las fortalezas que muestra el sector en este nuevo tiempo, denominado de nueva normalidad?

La capacitación, tanto empresarial como de personal, va tener un rol imprescindible el próximo año para los nuevos tiempos. La digitalización tiene que ser prioridad tanto para el sector privado como para el público, y eso será un gran desafío para el 2021.

La descentralización es necesaria. Evidencia de esto son todos los cambios que se han tenido que realizar de forma acelerada para enfrentar la pandemia en el sector salud, donde realmente faltan recursos y medios en el Interior del país tanto en salud como en otras áreas.

La coparticipación de lo público y lo privado tiene que tener mayor dinamismo y espacio en este nuevo mundo que se nos presenta. El Estado no puede ser una carga para el sector privado sino un aliado, un complemento para poder cubrir todas las áreas. Otro desafío importante que tenemos para este 2021 es el empleo; estamos con un número importante de gente sin trabajo y eso lleva a que la economía local esté en niveles muy bajos. Tiene que ser prioridad la promoción de la inversión para que aumente la actividad e impulsar todo lo que atraiga actividad formal. Sabemos que la preocupación del gobierno es la misma.



Una ruta de buenas decisiones

La hoja de ruta de este año ya lleva varios objetivos cumplidos a pesar de los difíciles tiempos. Apostar al turismo local como nunca en la historia reciente y la incorporación de tecnología son dos de los pilares que mantienen al sector vitivinícola proyectándose con fuerza.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato? ¿Qué desafíos tiene por delante el sector en tiempos de pandemia?

Tenemos muchos desafíos por delante y eso nos entusiasma mucho porque en seis meses y en medio de una pandemia hemos diseñado una hoja de ruta ambiciosa pero realista, que ya estamos cumpliendo.

En primer lugar, nuestro proyecto insignia, que es la construcción de la sede propia de Inavi, que se levantará en un terreno comprado en el año 2013, en la Ruta 48 y Ruta 5, en los accesos a Las Piedras. Será un edificio de 1.600 metros cuadrados en dos plantas, con una bodega experimental y un laboratorio modelo y todas las comodidades para una sede de acuerdo al instituto que tenemos. Estamos muy orgullosos de esto y ni bien termine la feria de la construcción, comenzaremos la obra. Es un proyecto bandera para dejar a Inavi un valor patrimonial a futuro.

Por otra parte, otro de los grandes desafíos tiene que ver con la reconversión vitícola. Hoy tenemos 1.800 hectáreas de viñedos que están en decadencia productiva, y con este plan de largo aliento buscamos que la producción esté en consonancia con la realidad de los mercados, nacional e internacional, para que se produzca lo que demandan los consumidores.

En contrapartida, ¿cuáles son las amenazas que ve Inavi en el horizonte en un escena-

rio mundial, regional y local complicado?

Obviamente, la pandemia frenó algunos proyectos, pero podemos decir que no fue el sector más golpeado. Iniciamos este año con una vendimia histórica y uvas de calidad excepcional, aumentamos el consumo interno y no perdimos exportaciones aún sin eventos internacionales. Más allá de los efectos globales que son adversos para todos, estamos satisfechos con el desempeño que hemos tenido en este año tan particular.

Quizás las amenazas o, mejor dicho, las dificultades, tienen que ver con los temas de competitividad o tipo de cambio que no están en relación directa a la pandemia. El tema arancelario es fundamental para competir en igualdad de condiciones.

¿Cuáles son las mayores transformaciones que se están dando en el sector?

La incorporación de tecnología, tanto en viñedos y bodegas como en el propio instituto, donde estamos incorporando un nuevo sistema isotópico para nuestro laboratorio, que permitirá seguir mejorando nuestros controles de genuinidad de los vinos uruguayos.

La vitivinicultura uruguaya logró georreferenciar la totalidad de sus viñedos y avanza en la trazabilidad de la uva, es decir, conocer cada detalle desde la planta a la botella. ¿Cuál es el impacto que esto tiene para los vinos uruguayos?

La georreferenciación era un gran deber que teníamos. Ahora, y a partir de la integración de un nuevo software, podremos llegar al viñedo vía satélite y ver hasta la nervadura de la hoja. Para ello estamos trabajando codo a codo con INIA, Facultad de Agronomía y grupos CREA. Se trata nada más ni nada menos que de tener la trazabilidad de la uva hasta la botella de vino que llega al consumidor. Y ello nos da la posibilidad de abrirnos más al mundo.



¿Cuál es el balance que hace del consumo interno en 2020 y qué comportamiento tuvieron las exportaciones?

El consumo interno en 2020 se incrementó un 13% con respecto a 2019, y hasta el mes de octubre las exportaciones ya superaban ampliamente los cinco millones de litros.

El turismo enológico, o del vino, se ha convertido en una nueva modalidad de recorrer el Uruguay. ¿Cuál ha sido la receptividad por parte de los uruguayos a esa opción y qué expectativas hay al respecto?

El turismo enológico es una unidad de negocio en sí misma, más allá de la productiva. Un gran número de bodegas, que va en crecimiento, han encontrado en el turismo una actividad sumamente valorada por el turista extranjero. Fue una reinención para un grupo de bodegas que estaban a punto de cambiar de rubro y, sin embargo, apostaron al enoturismo y fue positivo.

Con la pandemia, el desafío fue mostrar esa experiencia al turista uruguayo, que quizás no tenía tanto conocimiento sobre el tema, y los resultados fueron magníficos. Desde Inavi, con nuestro departamento de Enoturismo, estamos trabajando en línea directa con el Ministerio de Turismo y la Asociación de Turismo Enológico del Uruguay para seguir potenciando un sector que tiene todavía mucho para crecer.

Una nueva globalización con ruptura de los patrones comerciales

En lo macro, deja planteada la idea respecto a que, probablemente, asistimos a una nueva globalización, con ruptura de los patrones comerciales, y dependiente del comercio digital y del intercambio transfronterizo de bienes intangibles. A su vez, llama a enfrentar lo que denomina “conservadurismo paralizante” porque, de lo contrario, se va rumbo al estancamiento.

terias primas colapsaran. Afortunadamente, ello quedó atrás.

La tonificación de la actividad -liderada por China-, y el debilitamiento del dólar -precio de los commodities y el dólar se mueven en sentido contrario la mayor parte del tiempo-, fortalecieron los precios de varios de nuestros principales rubros de exportación. A propósito de la evolución del dólar, creo que ya ha caído lo suficiente frente a las principales divisas y sólo esperaría descensos adicionales muy marginales; particularmente, creo que las paridades actuales respecto al euro y al yen deberían sostenerse.

Permítanme ver un poquito más a fondo este punto, que nos resulta importante por sus derivaciones. El Banco Central Europeo (BCE) se enfrenta a un problema. En los últimos meses, el euro se ha fortalecido frente al dólar estadounidense, reforzando la presión deflacionaria (la variación del IPC en el

año móvil a octubre de 2020 fue nuevamente negativa, del -0.3%).

A su vez, como sabemos, el peso de un endeudamiento cada vez mayor ejerce presión comprimiendo la tasa de inflación en Europa. Si ésta sigue siendo crecientemente negativa y la tasa de referencia de la política monetaria se mantiene constante, entonces la tasa real de interés aumenta.

Y allí hay un dilema de políticas: o un tipo de cambio más débil o tasas reales de interés más altas (crecimiento más débil).

El BCE podría dar un paso más radical y llevar la tasa a un día de plazo a un territorio negativo más pronunciado, en su intento por reducir la tasa de interés real, por aliviar la carga de la deuda y también para hacer más competitivo al euro. Pero proceder así pondría en mayor riesgo al sistema bancario. Un dilema muy parecido afronta el Banco Central de Japón. Creo que ambos final-

¿Cómo vislumbra el 2021 en materia económica, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Culminando ya el año 2020, el impulso que vimos en la economía mundial, muy ostensible en el tercer trimestre, se ha desacelerado mucho.

¿El motivo? Avances de la pandemia, gobiernos de varios Estados respondiendo con más bloqueos y pocas perspectivas de mayores estímulos fiscales en el corto plazo. Pese a ello, la economía mundial tiene el potencial para recuperarse en el 2021 y dejaría atrás la caída del 4.4% en el 2020, con una expectativa de crecimiento superior al 5% en el 2021, según las estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Asimismo, la severa recesión provocada por el covid-19 hizo que los precios de las ma-





Heredamos lo mejor, para
compartirlo con vos en este 2021.
¡Felicidades!

Nueva Toyota Hilux 2021

+ equipamiento
+ potencia y robustez
+ tecnología
y un nuevo diseño



Toyota
Safety
Sense*

NUEVA **HILUX 2021** | Ahora también en su versión SRV 4x2 Nafta.



75 años de **AYAX**  **TOYOTA**

Hacemos la
Diferencia

Montevideo | Rondeau y Valparaíso | T 2924 0918 - 2682 6161 | info@ayaxonline.com
Punta del Este | Av. Pedragosa Sierra esq. Julio Herrera y Reissig | T 2929 3221 | infopunta@ayaxonline.com
toyota.com.uy y red nacional de concesionarios



mente procurarán contener la apreciación de sus monedas. Entonces, recapitulando, tenemos crecimiento de la economía mundial -China alcanzaría una tasa superior al 8%-, precios de commodities tonificados, dólar debilitado, bajísimas tasas de interés, mucha liquidez y flujos de capital que continuarían buscando con avidez oportunidades de rentabilidad y que han retornado a las economías emergentes.

¿Nuestros vecinos? Brasil dejaría atrás su recesión y ya se encamina a crecer un 4% en el 2021, tasa parecida a la esperada para Argentina, aunque esta última culmina el 2020 con un fuerte sacudón recesivo, mayor al 11% y que a su vez enfrenta problemas de reservas internacionales, como bien sabemos.

En este contexto, es muy probable que la economía uruguaya crezca en el 2021, pero que lo haga a una tasa algo inferior a la esperada hace unos meses. Este importante e inesperado rebrote del covid-19 naturalmente afecta a la actividad económica. Ya la velocidad de recuperación de nuestra economía se ha venido reduciendo en el cuarto trimestre.

La tasa de crecimiento esperada sería inferior al 3% en el 2021.

Ahora, sí creo que en el 2022 sería superior. Confío que para entonces la economía esté con sus velas desplegadas, en tanto avance el programa de reformas el próximo año.

En materia económica, ¿cuáles son los temas más urgentes que tiene el país para resolver en el corto y mediano plazo? ¿Cuáles son los principales desafíos?

Claramente, la necesidad de generar empleo. Ya se venían perdiendo muchos empleos en los últimos años. Pero el 2020 nos dejará una pérdida adicional que estimo sea superior a 50.000 puestos de trabajo. Y allí no hay misterio. Se requiere de más inversión.

¿Qué ha ocurrido en los últimos años? Hubo altos déficits fiscales.

Frente a cualquier deterioro fiscal, se puede esperar un déficit comercial en aumento, un menor consumo de los hogares o una menor inversión privada doméstica. Esta última es precisamente la que más ha sufrido en el quinquenio pasado en nuestro país. Su impacto no se siente en el día a día, inclusive puede que se perciba poco en mayores plazos, pero no hay dudas que se resiente el crecimiento futuro.

¿Cuáles son los motivos? El gasto público casi se duplicó en términos reales en una década. Pero además de crecer mucho, no hubo obras de infraestructura relevantes que facilitaran el desenvolvimiento de los sectores productivos. El gasto creció en otros rubros: retribuciones, contrataciones de nuevos funcionarios, en transferencias de diversa índole.

“Por su cuantía y por su composición, el gasto público erosionó el crecimiento de la productividad nacional. La caída de la tasa I/PBI se manifiesta en las cuentas de nuestro sector externo”.

Por su cuantía y por su composición, el gasto público erosionó el crecimiento de la productividad nacional. La caída de la tasa I/PBI se manifiesta en las cuentas de nuestro sector externo.

A junio del 2020, el saldo en cuenta corriente era equivalente al 0.5% del PBI. Para entonces, el déficit fiscal global era del 5.7% s/PBI. Por tanto, nuevamente el ahorro neto del sector privado fue elevado (6.2% s/PBI).

La contracara de ese mayor ahorro neto que año a año se fue registrando, es una caída similar en la inversión privada. Hoy, IB Fija/PBI es aproximadamente del 17%. Con ese nivel, a duras penas podemos aspirar a una tasa de crecimiento del PBI que supere al 2.0 o al 2.2%.

Está claro que habrá un impulso en el 2021 -obras vinculadas al ferrocarril central, a la planta de UPM 2, la puesta en marcha de varios proyectos de obra vial bajo la modalidad PPP, el ostensible mayor ritmo de construcción de vivienda-.

El tema es que ese empuje debe ser continuo. Y para ello debe avanzarse en varias de las reformas que están en la agenda de la Administración: reforma de la seguridad social, reformas microeconómicas que permitan un mejoramiento en la competitividad de los sectores productivos, una

mayor inserción internacional, avances en la educación.

¿Qué amenazas percibe en el horizonte y qué aspectos hay que resguardar para que los efectos de la pandemia sean lo más leve posible para la economía?

Suele hablarse de los riesgos en el plano fiscal. Pero creo que hubo una muy buena performance fiscal en un año muy difícil. La pandemia exigió reordenar las prioridades, por ejemplo, atender a los requerimientos de los sectores más carenciados y atemperar los efectos de la pérdida de empleos, aliviar el sufrimiento, recortarle las alas a la desesperación. Y ello pudo afrontarse reordenando el gasto y con una expansión muy razonable del mismo, permitiendo que se alcance un déficit fiscal global que finalmente será inferior al previsto por varios analistas.

Asimismo, se aprobó un Presupuesto Quinquenal que se ubicó dentro de los parámetros oficiales esperados. No es en este plano donde ubico mis mayores preocupaciones. Confío en la capacidad del equipo económico.

¿Dónde están ubicadas mis mayores preocupaciones? Hay una notable película, llamada “Hechizo del tiempo”, donde día a día se repiten los mismos hechos. Me preocupa que nos vuelva a atrapar el hechizo del tiempo. ¿Reincidiremos en la indexación salarial cuando los consejos de salarios retomen su actividad a mediados de año? ¿Se asumirá que de acuerdo al último dato disponible hay 199.000 desocupados? ¿Se seguirá bloqueando toda innovación que se plantee en el sector público? ¿Se podrán llevar a cabo las mejoras de productividad en las empresas públicas? Éstas, ¿llegarán a los usuarios? ¿Insistiremos con ALUR y con la producción de cemento en manos del Estado? Así podemos seguir enumerando ineficiencias...

Para evitar que nos atrape el hechizo del tiempo precisamos un nuevo libro de jugadas y ser más audaces.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene nuestro país en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las economías y en la mayoría de los sectores?

A propósito de las fortalezas... hagamos una economía de esfuerzos.

Recomiendo leer la notable disertación hecha por el empresario argentino Manuel

Antelo. Allí se plantean de forma ordenada y clara todas las ventajas que el país ofrece para radicarse y para invertir en él. Yo no lo podría ahora expresarlo mejor.

¿Cómo observa lo hecho por la actual administración en materia de inserción internacional? ¿Nota avances? ¿Qué más se podría hacer?

La pandemia complicó también la agenda en este plano. Todos recordamos el esfuerzo desplegado para traer uruguayos que estaban varados en el exterior. Como que se congeló cualquier esfuerzo en otras direcciones. En el ínterin el cambio de canciller.

En el último Consejo del Mercosur nuestras autoridades plantearon la necesidad de ganar espacio para que los socios tuvieran más autonomía en las negociaciones comerciales con otros países. Y aquí una última reflexión.

Está claro que la crisis del covid-19 trajo aparejado recesión en la economía mundial y una caída dramática en el comercio de bienes, en los flujos de inversiones y en el movimiento de la gente. Ahora, la

globalización, ¿está solamente en declive? ¿No está cambiando? ¿No está surgiendo también un nuevo tipo de globalización, basada en servicios digitales, investigación y desarrollo, datos, ideas y otros intangibles?

Probablemente asistimos a una ruptura de los patrones comerciales y la globalización del futuro dependerá, en forma decisiva, del comercio digital y del intercambio transfronterizo de bienes intangibles.

Ya antes de la pandemia, según Mc Kinsey, el comercio de servicios crecía con un 60% más de intensidad que el comercio de bienes.

Y si es así, el régimen de comercio internacional que tenemos, como bien expresa Dani Rodrik, basado en reglas de la OMC y otros acuerdos, ya no es apto para ese nuevo mundo. Fue diseñado para un mundo de bienes, sean estos finales o intermedios. No fue pensado para un mundo de tráfico de datos, software e inteligencia artificial.

No podemos permitir que se ahonde más la bifurcación en la sociedad entre aque-

llas personas que pueden participar del nuevo juego y quienes están imposibilitadas de hacerlo.

Nuevamente, el nuevo libro de jugadas para vencer al hechizo del tiempo. Pruebas al canto.

Tenemos el Instituto Nacional de Colonización, que posee un patrimonio que actualmente orilla los US\$ 1.500 millones. Ya en 1880 se había dado autorización al Poder Ejecutivo a formar colonias, a ayudar a las empresas de colonización. Algo parecido a lo que ocurrió en el oeste de Estados Unidos. Pero mientras aquí seguimos promoviendo colonos, allí se desarrolló Silicon Valley.

¿Quiénes deberían ser hoy nuestros nuevos colonos? Los jóvenes con poca instrucción, no calificados. Ese debe ser el target. Prepararlos, transferir recursos de otros lados para capacitarlos en centros de formación, en contacto con las empresas del sector.

Hay que enfrentar el conservadurismo paralizante. Si seguimos con el mismo libro de jugadas, estamos sacando boleto al estancamiento.

Cadena de valor Cadena de personas

En cada siembra y cosecha de cebada,
en la germinación y tostado de cada grano,
en cada sabor de las cervezas,
en cada viaje de nuestros camiones,
en cada diálogo de almacén:
Somos personas unidas
dando lo mejor.

Marcos, La cebada



Natalia, La maltería



Guadalupe, La cervecería



José, La distribución



Silvia, El almacén



Gracias por elegirnos



FNC

Liberar recursos hacia el sector privado

Pronostica un 2021 muy complicado. El escenario precedente era de caída de varios indicadores y la llegada de la pandemia agravó el panorama. Ante la certeza de que la actividad se va a resentir, el desafío clave, dice, es liberar recursos que hoy están en el Estado, hacia el sector privado.

¿Cómo vislumbra el 2021 en materia económica, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Sin duda va a ser un año muy difícil. No podemos olvidar que antes de la crisis de covid-19 ya nuestro país estaba con actividad resentida, desempleo creciente y déficit fiscal de más de 5% sobre el PBI. La pandemia no hizo más que agravar esta situación en todos los aspectos: actividad, empleo y déficit fiscal; tanto al país, como especialmente a Argentina y, en menor medida, a Brasil. Por tanto, el mundo, la región y el propio país tendrán una situación complicada en 2021.

En materia económica, ¿cuáles son los temas más urgentes que tiene el país para resolver en el corto y mediano plazo? ¿Cuáles son los principales desafíos?

El desafío es, sin duda, el de la competitividad, y en este concepto sistémico se engloba tanto el tema de la educación, como el de costo país, el de adecuadas relaciones y regulaciones laborales y sana apertura comercial con el mundo. Cada uno de estos desafíos requiere una línea de acción clara, sin fisuras: sanear las cuentas públicas -con una reforma de la seguridad social que dé sostenibilidad al sistema-, apostar a la educación, modernizar la regulación la-

boral, firmar acuerdos comerciales con otros países.

Son temas importantes que se transformaron en urgentes porque nunca se abordaron a cabalidad y se vienen postergando año tras año. En materia económica siempre hay un costo de oportunidad en el tiempo perdido.

¿Qué amenazas percibe en el horizonte y qué aspectos hay que resguardar para que los efectos de la pandemia sean lo más leve posible para la economía?

Dada la magnitud y extensión en el tiempo de la pandemia, no hay manera de que no haya efectos sobre la economía. La red de protección social uruguaya -que lo distingue en las comparaciones internacionales- ha minimizado algunos de los efectos. Pero la actividad en general se va a resentir. El desafío clave es liberar recursos, que hoy están en el Estado, hacia el sector privado, de manera de no entretener la posible recuperación económica.

Sin embargo, más allá de la pandemia, las amenazas habituales en nuestro país provienen de su dificultad para tomar un rumbo claro y mantenerlo, más allá de las coyunturas específicas. En este sentido, para encontrar reformas profundas y generales, tenemos que retrotraernos a las medidas de Alejandro Véguez Villegas. Posteriormente se dieron algunos impulsos en

el sentido adecuado para mejorar la competitividad: la ley de puertos, la ley forestal, la ley de zonas francas, la reforma de la seguridad social, el plan ceibal, entre otras. Uruguay necesita otro impulso de medidas profundas en aspectos clave -como seguridad social, educación, inserción internacional, papel del Estado, relaciones laborales-, para así avanzar hacia su frontera de posibilidades.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene nuestro país en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las economías y en la mayoría de los sectores?

El entramado de políticas sociales, ha resultado eficaz. Si bien siempre se puede mejorar en términos de eficiencia -y de eso se tratan algunas disposiciones encaradas en la actual administración-, esta red de apoyos ha tenido la capacidad de llegar rápidamente con ayudas sociales y económicas ante una situación tan inesperada y repentina como esta pandemia. Sin embargo, no podemos olvidar que todos estos apoyos tienen un costo fiscal que viene a agravar aún más la situación de partida (déficit de más de 5% del PBI).

Queremos creer que otra fortaleza clave es la sensibilidad y racionalidad de nuestro pueblo para combatir esta pandemia, con un comportamiento adecuado a las circunstancias.

¿Cómo observa lo hecho por la actual administración en materia de inserción internacional? ¿Nota avances? ¿Qué más se podría hacer?

El país está debatiéndose permanentemente entre el Mercosur y el mundo. Diversos estudios presentados en la Academia Nacional de Economía señalan que es posible contar con ambas alternativas y mejorar así la inserción internacional del país.

Posiblemente, la firma de acuerdos comerciales con países del sudeste asiático podría ser un buen punto de partida para comenzar a andar este camino.





BMW SERIE 3

DESDE USD 67.990



100%
FINANCIADO

En **60 cuotas** y
empezá a pagar en **2021.**

Importa y distribuye **Automotores Motor Haus S.A.**

Financiación exclusiva Santander. Sujeto a aprobación crediticia y a condiciones de contratación detalladas en cartilla de producto crédito coche publicada en santander.com.uy. Válido hasta el 31 de diciembre de 2020. Precio sujeto a stock y equipamiento de producto. Imágenes meramente ilustrativas.

Poner el foco en la competitividad

La pandemia del covid-19 trajo consigo importantes desafíos para Uruguay en materia económica y también dejará huellas a futuro, modificando los hábitos del consumidor y las formas de trabajar. Ser un país competitivo y mejorar la inserción internacional son algunos de los objetivos fundamentales en ese contexto.



¿Cómo vislumbra el 2021 en materia económica, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

La pandemia no llegó a su fin, pero el año pasado a esta altura no nos imaginábamos lo que iba a ser el 2020; al menos ahora sabemos a qué nos estamos enfrentando. Actualmente tenemos más conocimiento acumulado, hay vacuna –que en algunos meses llegará a Uruguay– y podemos tener una certeza mayor de que se podrá superar la situación actual. Los científicos dicen que la vacuna no será la solución total, pero es relevante tenerla en el horizonte en momentos en que hay varios países que están volviendo a las cuarentenas obligatorias y en Uruguay estamos viviendo una situación bastante complicada.

También hay otras certezas para 2021: las tasas de interés internacionales continuarán bajas al menos hasta 2022, por lo que el costo del financiamiento será bajo y ayudará a impulsar las inversiones. Seguramente, una buena proporción de esas inversiones se destine a países emergentes con buena calificación crediticia y reputación como el nuestro.

En el terreno de las incertidumbres, tenemos si Uruguay puede captar una porción de esa inversión internacional, dado nuestros altos costos internos y nuestro limitado acceso preferencial a los mercados. También es incierto el impacto que tendrá la pandemia en 2021 tanto en Uruguay como en el mundo, ya que en principio habrá varios meses afectados.

Las proyecciones de organismos internacionales apuntan a una recuperación de la actividad a nivel mundial, que será más lenta de lo pensado inicialmente, esperando volver a niveles de 2019 recién en 2022, aunque en algunos casos puede llevar más tiempo. Para Uruguay se prevé un crecimiento en 2021, luego de la caída de este año, pero sin duda no será un año sencillo. La temporada turística está muy comprometida, no hay una salida clara de la situación económica de Argentina y nuestros mercados no han recuperado una demanda sostenida.

¿Cuáles son los desafíos más relevantes que tiene por delante la economía uruguaya?

Creo que la generación de empleo y la recuperación de actividad son los grandes desafíos

en este momento tras el impacto de la pandemia. Sin embargo, para lograrlo es necesario mejorar tanto nuestra competitividad como nuestra inserción internacional.

En materia de competitividad de precios, se dio cierta mejora frente a países fuera de la región, pero con respecto a la región estamos muy caros. Cuando se levanten las restricciones de movilidad va a ser una dificultad importante. Por otra parte, hay perspectivas de menores niveles inflacionarios, pero también de debilitamiento del dólar a nivel internacional. En ese sentido, es probable que mantengamos los precios relativos sin grandes cambios y se haga más necesario trabajar hacia adentro intentando bajar costos.

En materia de inserción internacional es necesario salir más agresivamente a buscar acuerdos comerciales. Antes de la pandemia ya teníamos estos desafíos, ahora son más urgentes y relevantes.

La pandemia dejará huellas, probablemente habrá cambios en los hábitos del consumidor y en la forma de trabajar. El teletrabajo y el uso de la tecnología estarán más presentes, seguramente haya una mayor valoración por el cuidado ambiental y de la salud. Esto im-

plicará cambios en la demanda que pueden convertirse en oportunidades si nos adaptamos a esos cambios y adecuamos el sistema educativo para la nueva demanda laboral. A nivel del sector público, sigue vigente la necesidad de mejorar el resultado fiscal para evitar una trayectoria de endeudamiento insostenible, algo que seguramente quedará pendiente para la pospandemia. En este aspecto, es bienvenida la discusión de la reforma previsional para comenzar a revertir factores estructurales que inciden en los resultados fiscales.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene nuestro país en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las economías y en la mayoría de los sectores?

Uruguay es reconocido en el mundo por su seguridad jurídica, por cumplir con los contratos, por su estabilidad política y macroeconómica, aunque haya algunas variables que hay que mejorar. Estas fueron, durante la pandemia, fortalezas, a las que se sumó un buen manejo de la situación sanitaria, al menos hasta octubre, cuando el mundo entero estaba hablando del caso de Uruguay.

También ha sido una fortaleza para el país el tipo de exportación que tiene, basada en alimentos y productos de primera necesidad. Esto ha permitido sostener buena parte de la exportación, a diferencia de otros países que tienen otra estructura productiva.

¿Qué amenazas percibe en el horizonte y qué aspectos hay que resguardar para que los efectos de la pandemia sean lo más leves posible para la economía?

La gran amenaza a nivel comercial es un mundo más cerrado, más proteccionista, más pequeño en cuanto a nivel de actividad y más exigente. Pero en algunos aspectos la amenaza se puede convertir en oportunidad. En el caso de mayores exigencias ambientales, si nosotros como país contamos con bienes y servicios con la calidad y certificaciones necesarias, nos podemos posicionar mejor en ese mercado.

Uruguay viene trabajando bien este tema: se creó el Ministerio de Ambiente, tenemos una matriz de energía eléctrica basada en energías renovables, existen innumerables iniciativas de reciclado, economía circular y economía verde. Es necesario potenciar lo anterior y mostrarlo más.

Por otra parte, hemos visto que la pandemia no frenó el avance de los acuerdos comerciales bilaterales, multilaterales y entre bloques. Esto nos deja en desventaja frente a competidores que se movieron más rápido y nos aleja de las cadenas globales de valor. Lo que tenemos que resguardar son las fortalezas mencionadas en la pregunta anterior.

¿Cómo observa lo hecho por la actual administración en materia de inserción internacional? ¿Nota avances? ¿Qué más se podría hacer?

Se están haciendo esfuerzos, pero es necesario avanzar más rápido porque el mundo no espera. Durante la pandemia se concretó la Asociación Económica Integral Regional (RCEP), un acuerdo que involucra a varios países asiáticos y de Oceanía incluyendo a China, que es nuestro principal destino de exportación. Con acuerdos de este tipo se nos hará cada vez más difícil competir.

A nivel nacional hubo una apuesta fuerte por la firma del acuerdo Mercosur-Unión Europea, pero una vez más hay dudas con relación a su concreción, por lo que será necesario mucho diálogo entre las partes y dentro del propio Mercosur para lograrlo.



Hacé el surtido desde tu casa en

disco.com.uy

o en la app

descargala:



FRESH MARKET

Un debe en materia internacional

El experto percibe hacia adelante un período de mucha incertidumbre, sobre todo ante el dilema de cuánto puede demorar en llegar la vacuna tanto a Uruguay como al resto del mundo. En lo local, considera que hoy el tema principal es el mercado de trabajo y la evolución del empleo, problemáticas que tienen lugar en un contexto de pandemia, lo que agrava el panorama. En lo que respecta a la inserción internacional de nuestro país, expresa que la actual administración de gobierno mantuvo inercia en la materia en relación a la anterior.



¿Cómo vislumbra el 2021 en materia económica, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo -tras la aparición del covid-19-, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Vislumbro un período en donde se mantendrá un alto grado de incertidumbre, básicamente debido a que no se sabe cuánto tiempo va a llevar la gestión de la vacuna. Este es un proceso que se va a dar de forma heterogénea entre los países en función de un conjunto de determinantes idiosincráticos de cada uno. Una de esas determinantes será el nivel de ingreso, pero no la única.

Se sabe que habrá un final de la pandemia, pero no cuándo. Además, esto ocurrirá de forma heterogénea entre los países, lo que implica que en el período de transición habrá que convivir con varios tipos de restricciones. Se espera un rebote de la actividad económica y el comercio, pero no se sabe cuándo tendrá lugar.

¿Cuáles son los desafíos más relevantes que tiene por delante la economía uruguaya?

No son distintos a los desafíos previos. Observo cuatro grandes ejes de reformas y de necesarios procesos de cambios: educación; re-

forma del estado; seguridad social; inserción internacional. Sobre los tres primeros hay establecidas rutas de cambio y rumbo estratégico de transformación. Además, el conjunto de los liderazgos y protagonistas en cada uno de estos asuntos permiten conjeturar que efectivamente un cambio puede ocurrir. Problema mayor se enfrenta en el tema de inserción internacional y política comercial.

En materia económica, ¿cuáles son los temas más urgentes a resolver en el corto y mediano plazo?

Se está en proceso de reestabilización de las principales variables macroeconómicas.

>> 20 AÑOS ASEGURANDO LA COMPETITIVIDAD EN EL PUERTO DE LOS URUGUAYOS

++ Desde hace 20 años, Montecon viene transformando la operativa del Puerto de Montevideo. La competitividad nos necesita proactivos, haciendo atractiva a la principal puerta que tiene la región e invirtiendo en especialización constante.

Lo estamos haciendo y apuntamos a más.

Estamos preparados.



www.montecon.com.uy

MONTECON
PUERTO DE MONTEVIDEO | Más que un Uruguay

20 AÑOS
JUNTOS

“Estos momentos abren oportunidades en términos de la evolución de la productividad, pero plantean riesgos asociados a los costos de los ajustes”.

Este frente no está aún resuelto, pero tanto en política fiscal como monetaria se han tomado medidas en la dirección esperada y deseada.

El principal tema hoy es el mercado de trabajo y la evolución del empleo. La pandemia agravó este problema que ya venía con una evolución preocupante.

¿Qué amenazas vislumbra en el horizonte y qué aspectos hay que resguardar para que los efectos de la pandemia sean lo más leve posible para la economía?

Estas coyunturas de contracción, además, se caracterizan por una fuerte reasignación del empleo entre sectores y empresas. Estos momentos abren oportunidades en términos de la evolución de la productividad, pero plantean riesgos asociados a los costos de los ajustes. Es necesario desplegar políticas que reduzcan los costos de este ajuste y que faciliten las reasignaciones en el empleo. Estas políticas, junto con las de amparo a los sectores más desprotegidos, son fundamentales para lograr mantener la estabilidad social.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene nuestro país en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las economías?

Uruguay es un país de cercanías, en donde se destaca una gran estabilidad en el plano político que convive con una competencia fuerte por la opinión pública. Es una democracia dinámica. Este es un activo para procesar coyunturas extremas como la actual. En crisis anteriores Uruguay hizo uso de este recurso fundamental de la gestión del gobierno. El oficialismo y la oposición, cada uno en su rol, y construyendo estabilidad,

en donde la capacidad de acuerdo debe estar siempre presente.

La fortaleza financiera sigue siendo un activo importante para el país, que le permite mayores grados de libertad para pasar estas coyunturas tan críticas.

¿Cómo observa lo hecho por la actual administración en materia de inserción internacional? ¿Nota avances? ¿Qué más se podría hacer?

En este tema la actual administración mantuvo inercia en relación a la anterior. Los fundamentos y las restricciones de nuestra inserción actual no se modificaron. Se produjeron algunos cambios más bien cosméticos en alineamientos internacionales, pero sin ningún significado concreto en materia de mejora de la inserción internacional. Un ejemplo es el alineamiento en posturas con la administración de gobierno de Trump; si existió la expectativa de que iba a redundar en mejoras en las relaciones comerciales y de inversión con esta economía, las mismas se frustraron. El resultado de las recientes elecciones en Estados Unidos así lo revela. Además, se volvió a caer en la idea de que existen atajos para la inserción internacional, asociados al comercio administrado y la cogestión de las operaciones de comercio exterior con la ayuda de la intervención de los oficiales de gobierno. Esta idea es equivocada, ya se recorrió y los resultados no fueron buenos. La reciente relación con Venezuela en materia comercial es un ejemplo. Uruguay tiene un deber en materia internacional. Señalaré primero algunos ejemplos puntuales para luego enfocarme en algunos aspectos más generales. Debe mejorar el acceso al mercado internacional en particular en los productos agroalimentarios;

“El principal tema hoy es el mercado de trabajo y la evolución del empleo. La pandemia agravó este problema que ya venía con una evolución preocupante”.

para ello, las restricciones que le impone el Mercosur en las relaciones comerciales deben modificarse. Más específicamente es necesario darle una solución al proceso de ratificación del acuerdo con la Unión Euro-

“La fortaleza financiera sigue siendo un activo importante para el país, que le permite mayores grados de libertad para pasar estas coyunturas tan críticas”.

pea (UE). Existen varios acuerdos plurilaterales que se deberían ratificar y que siguen en este procesamiento: Acuerdo Plurilateral de Patentes en el marco de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI); Compras Públicas y Tecnologías de la Información de la Organización Mundial de Comercio (OMC); Kyoto revisado en el ámbito de la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Se debe ratificar el acuerdo de Facilitación de Comercio en el Mercosur e implementar los compromisos ahí asumidos. En particular, Uruguay debe derogar la tasa consular que actúa como un arancel a las importaciones y modificar un conjunto de cargas y tasas al comercio exterior que se cobran sobre bases ad valorem. Pero lo fundamental es construir un Programa Estratégico para la Inserción Internacional del Uruguay rumbo a profundizar los niveles de apertura de la economía. Este plan debe atender los aspectos institucionales. Se deben repartir las distintas competencias entre las diversas agencias de gobierno involucradas en el tema, estableciendo mecanismos de coordinación y de gobierno eficientes. La centralidad del Ministerio de Relaciones Exteriores es un esquema institucional antiguo y en desuso, que ya le generó muchos problemas al país. La Cancillería debe tener un rol, no el rol de la política comercial. Hay tiempo para reencauzar el tema; es necesaria una reacción rápida que lo saque de la inercia en la que se cayó.

PARA TODOS HAY UN AUTO

VENÍ A BUSCAR EL TUYO



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



TODO LO QUE TE MUEVE
EN UN SOLO LUGAR



El desafío de recuperar el empleo

Dice que Uruguay debe corregir una serie de desequilibrios macroeconómicos y llevar adelante reformas que incrementen el crecimiento potencial del país. Alerta respecto a que esta ola de covid que atravesamos tendrá efectos negativos en algunos sectores económicos, aunque no espera nada comparable a lo observado en el segundo trimestre del año. En el frente macroeconómico, en su opinión, el gran desafío de cara a 2021 está en la recuperación del empleo.



¿Cómo vislumbra el 2021 en materia económica, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Luego de una caída proyectada 5.6% promedio anual en 2020 -debido a la contracción del segundo trimestre-, aguardamos que el PIB en 2021 registre un aumento promedio anual de 3.9%. Esa proyección contempla el rebote de la actividad que ya se observó en el tercer trimestre de 2020 y un crecimiento moderado en los trimestres siguientes. Esa proyección tiene en cuenta que Uruguay sigue enfrentando desequilibrios macroeconómicos que limitan el crecimiento: insuficiencia de competitividad, bajos niveles de empleo, necesidad de corrección del déficit fiscal. A

esas restricciones de carácter doméstico se le suman factores externos de signo opuesto. Entre los factores positivos hay que destacar los bajos niveles de tasas internacionales de interés, la debilidad del dólar de los últimos meses, la fortaleza de la recuperación económica en China y la suba de los precios internacionales de varias de las materias primas que exporta Uruguay. Entre los factores externos negativos, tenemos un contexto económico muy deprimido en Argentina y niveles de competitividad muy bajos frente a los dos países vecinos. Con todos esos elementos en consideración, pensamos que la economía uruguaya va a presentar un crecimiento modesto en 2021, luego de depurar el efecto rebote al que hacía referencia.

¿Cuáles son los desafíos más relevantes que

tiene por delante la economía uruguaya? En un horizonte de mediano plazo, Uruguay debe corregir un conjunto de desequilibrios macroeconómicos y debe llevar adelante reformas que incrementen el crecimiento potencial del país.

En el frente macroeconómico, en los próximos años será necesario bajar el déficit fiscal y estabilizar la deuda pública. Uruguay debe terminar de corregir un desequilibrio de precios relativos que se expresa de dos maneras. Por un lado, el país sigue siendo caro en dólares -falta competitividad-. Por otro lado, los salarios son altos en relación con la productividad media del trabajo; eso es un factor fundamental detrás de la pérdida de empleos que se produjo entre 2015 y 2019. El covid-19 nos trajo un impacto negativo adicional en el empleo, que tomará bastante tiempo en corregirse. Pero corregir esos desequilibrios macroeconómicos no va a ser suficiente para retomar una senda de crecimiento fuerte -salvo que el mundo continuara mejorando mucho en los próximos años-. La agenda de reformas pendientes es muy amplia, pero en términos generales es necesario introducir más competencia y mejores regulaciones en los sectores no transables de la economía, incluyendo los sectores en los que operan las empresas públicas, pero también en áreas del transporte, la logística, la actividad portuaria. El país debe mantener niveles importantes de inversión en infraestructura, lo cual exige lograr mecanismos eficaces y eficientes de participación del sector privado en esa inversión. Uruguay necesita una nueva agenda de inserción internacional y una reforma muy importante de su sistema educativo.

En materia económica, ¿cuáles son los temas más urgentes a resolver en el corto y mediano plazo?

En el frente macroeconómico, el principal

desafío de cara a 2021 estará, a nuestro juicio, en la recuperación del empleo. Uruguay perdió unos 50.000 empleos entre 2015 y 2019 y ha perdido otros 50.000 puestos de trabajo a raíz del covid. Las empresas siguen estando muy reticentes a contratar. El salario real está cayendo en Uruguay y eso contribuirá paulatinamente a que las empresas demanden más trabajadores, pero la negociación salarial de 2021 va a resultar clave. Probablemente, para alentar una mayor recuperación del empleo, además de perseverar en la moderación de salarios que se acordó para 2020, serán necesarias medidas adicionales de estímulo al empleo.

Los temas de mediano plazo fueron señalados en la pregunta anterior.

¿Qué amenazas vislumbra en el horizonte y qué aspectos hay que resguardar para que los efectos de la pandemia sean lo más leve posible para la economía?

Uno de los temas de mayor incertidumbre y de impacto negativo tiene que ver con la próxima temporada turística. En Ex ante pensamos que en el primer trimestre del año se observará una caída importante de la activi-

dad turística en comparación con el verano de 2020. Aunque los uruguayos probablemente gastaremos más en turismo interno -porque viajaremos muchísimo menos-, ese efecto no podrá compensar el derivado de una reducción sustancial de los ingresos de turistas. Esa caída de la actividad turística podrá tener efectos dilatados en los trimestres siguientes, vía menor demanda interna.

En las últimas semanas estamos atravesando una nueva ola de covid, que tendrá efectos negativos en algunos sectores de la economía, aunque no esperamos nada comparable a lo que observamos en el segundo trimestre del año.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene nuestro país en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las economías?

Uruguay tiene un conjunto de fortalezas institucionales muy importantes, muy conocidas. Es un país de una destacada estabilidad política y socioeconómica, con una alta calidad institucional. El país cuenta con un alto prestigio en los mercados internacionales, lo cual le ha permitido al gobierno

financiar el mayor déficit fiscal este año sin mayores dificultades. Es un país que también se destaca por condiciones de vida muy buenas en la comparación latinoamericana, con niveles de pobreza y desigualdad relativamente buenos.

Estas fortalezas están siendo particularmente valoradas por los inversores del exterior, que en años previos quizás ponían más énfasis en el tamaño de los mercados -una característica que obviamente no favorece a Uruguay-. Probablemente esto derivará en mayores inversiones extranjeras en Uruguay y en más operaciones de fusiones y adquisiciones. Es algo que ya se está insinuando y que podemos palpar de las conversaciones con clientes y con fondos de inversión, que están mirando bastante más a Uruguay. Los cambios en el régimen de promoción de inversiones que aprobó hace poco el gobierno, también va a ayudar en esa dirección. Pero como decía al principio, para aprovechar esas oportunidades que se presentan hay que abordar prontamente los desafíos que tenemos por delante, corrigiendo los desequilibrios macroeconómicos y llevando adelante una agenda decidida de reformas.

¡Que el 2021 vuelva a cosechar lo mejor de nosotros!

Desarrollar el mercado de valores local

La inyección de liquidez por parte de los bancos centrales del mundo ha hecho que la situación de los mercados sea buena, evalúa el experto. En ese escenario, las señales son muy importantes y los resultados están a la vista. En lo local, aún con alguna iniciativa aislada que despierta expectativa, la necesidad de tener un mercado de valores uruguayo desarrollado es un factor clave.

¿Cuáles son las proyecciones de HSBC para los mercados financieros internacionales?

Pensamos que en el corto y mediano plazo -2021- los activos, como acciones, bonos de alto rendimiento, activos de mercados emergentes, se verán nuevamente favorecidos. Esta tendencia es posible que se potencie aún más el año próximo, cuando comience a verse más claridad sobre la vacuna, seguramente hacia mediados de 2021. El 2020 ha sido un año bueno para los mercados -aunque sea extraño decirlo- en función del respaldo que han demostrado estar dispuestos a dar los principales bancos centrales del mundo inyectando liquidez, diríamos que ilimitada. La Reserva Federal de los Estados Unidos ha liderado estas iniciativas, manteniendo la tasa de interés en dólares en 0% e ingresando al mercado a comprar deuda de empresas. Esto es auspicioso y ha sido parte de la explicación para que los mercados rebotaran muy fuertemente luego del derrumbe en marzo pasado, no sólo por las acciones

concretas, sino por los mensajes. El del mercado de valores es un mundo de expectativas, que hoy son relativamente buenas. La segunda mitad de 2020 ha sido de retornos realmente muy buenos.

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del mercado de valores uruguayo?

El mercado de valores uruguayo es una de las 'patas débiles' de la 'mesa del crecimiento' del Uruguay. Es muy importante que se desarrollen incentivos para empresas e inversores potenciales y se promueva. De todas formas, sí hay que destacar a las emisiones soberanas de la República, donde es notorio el profesionalismo del equipo de gestión de deuda pública que se vio reflejado una vez más en la emisión soberana en UI que se hizo a mediados de este año. Uruguay fue el único país emergente en emitir deuda en el mercado en su moneda local. Por otra parte, tengo muy buenas expectativas también con respecto a las intenciones de la nueva administración del Banco Central de dinamizar el mercado de valores local. Se han visto algunas iniciativas novedosas y auspiciosas en prensa, realmente espero que tenga éxito. No existe en todo el mundo un solo país desarrollado que no tenga un mercado de valores local desarrollado. Es un factor clave.

¿Cómo evalúa los anuncios del BCU en cuanto a objetivos de controlar la inflación?

De forma muy positiva. Y aunque no parezca, tiene varios puntos de contacto con el desarrollo del mercado de valores local. Uruguay es el país con grado inversor con la inflación más alta en el mundo. Estamos en un mundo donde la inflación prácticamente ha desaparecido y nosotros seguimos con casi 10%. Parte de la explicación es la dolarización que existe en la economía, pero no toda. Creo que en este contexto de dólar presionado a la baja es una oportunidad



excelente para tomar todas las medidas que sean necesarias para llevar a la inflación local al rango meta, y más allá aún. Uruguay debería tener una inflación que no supere el 3%. Uno de los principios de un mercado de valores es que la moneda de ahorro e inversión sea estable, que conserve su poder adquisitivo, y que las expectativas sean firmes.

¿Piensa que hay oportunidades en el mercado a las cuales acceder desde Uruguay?

Sin dudas que sí. En estos momentos a nivel local pienso que las oportunidades de corto plazo pasan por inversiones en pesos uruguayos, como letras de tesorería, plazos fijos o algunos de los dos bonos globales, o alguna nota. Con nuestras tasas a un año y más aún alrededor de 7%, y con las perspectivas para el dólar presionado a la baja, tanto los retornos para quien tiene moneda de referencia el dólar, como para quien necesita un flujo adicional en pesos, son atractivos. A nivel internacional, los mercados de acciones del sureste asiático y segmentos de bonos high yield también presentan oportunidades atractivas de retorno para el próximo año. ¡Olvídense de los plazos fijos en dólares! Son de otra época.

CX-30

Seguridad y Diseño.



mazda

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.



TOP THREE IN THE WORLD
2020 **WORLD CAR AWARDS**
WORLD CAR OF THE YEAR



(Versión High)

DESDE
USD 18.500 ENTREGA
Y 36 CUOTAS SIN INTERES

ZENEX

www.zenex.com.uy
Av. Italia 3982 / Tel: 2613 0000*

Mazda Uruguay  

MAZDA LUBRICA CON  **REPSOL**

DARÍO ANDRIOLI CONTADOR PÚBLICO. DIPLOMA PROGRAM MANAGEMENT DEVELOPMENT, ESADE BARCELONA.
SOCIO DIRECTOR DE CARLE & ANDRIOLI, MENTOR DE ENDEAVOR Y PROFESOR DE UNIVERSIDAD ORT.

GIMENA WALLER ECONOMISTA. INTEGRANTE DEL DEPARTAMENTO DE CONSULTORÍA DE CARLE & ANDRIOLI,
FIRMA MIEMBRO DE GENEVA GROUP INTERNATIONAL. POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS.

Año 2021: un escenario desafiante para las empresas uruguayas

Luego de dos años de débil crecimiento, al finalizar 2019, las estimaciones para 2020 para nuestra economía eran de un crecimiento del orden de 1.5 a 2%. Sin embargo, la aparición de un “cisne negro” con la propagación del covid-19 a comienzos de año cambió la trayectoria del producto para nuestro país y para el mundo donde se registrará, al cierre de año, una de las mayores caídas de varias décadas por una crisis bien diferente a las anteriores.

Desempeño del Producto: desmejoran expectativas con el avance de los meses

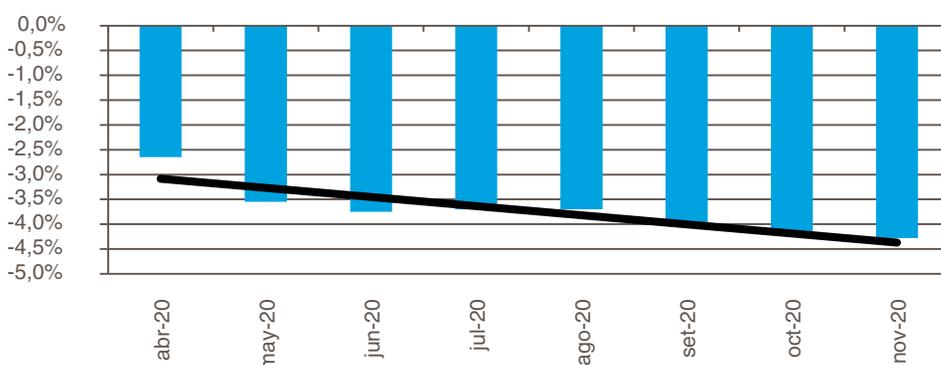
De acuerdo a datos de cuentas nacionales, en el tercer trimestre 2020 el producto de nuestro país cayó 6% comparado con igual período 2019, pero creció 8% en relación al trimestre anterior, de mayor impacto de la pandemia, donde el PIB había bajado más de 10%.

Por lo tanto, en los primeros nueve meses se acumula una caída de 6% y algunos indicadores muestran que la recuperación de la actividad en el cuarto trimestre se moderó, a lo que se agrega la nueva ola de la pandemia.

La última encuesta de expectativas del BCU y del Fondo Monetario Internacional preveían para el cierre de 2020 una caída mayor al 4%, pero finalmente superaría 5%, mayor a la estimada por el Gobierno en la Ley de Presupuesto, similar a Brasil y menor que Argentina.

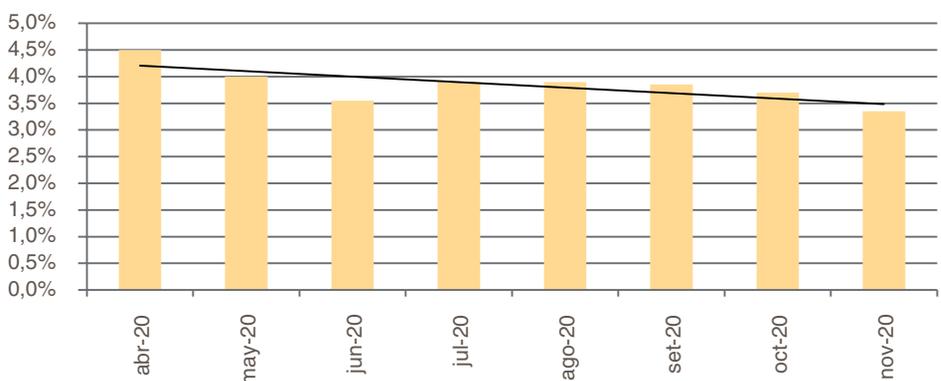
Por su parte, para 2021 el FMI en su última actualización prevé una recuperación más moderada para la economía mundial

Estimación Mediana PIB 2020



Fuente: Elaboración propia en base a datos BCU

Estimación Mediana PIB 2021



Fuente: Elaboración propia en base a datos BCU

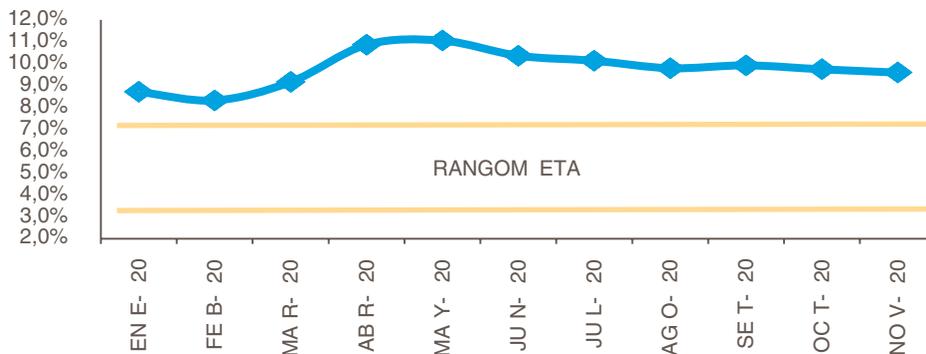
(5.2%) y para América Latina (3.6%). En nuestro país, debido a la extensión de la pandemia, también van desmejorando las expectativas sobre el desempeño del producto para el cierre de 2020 y para el año 2021, cómo lo muestra la trayectoria mensual de la Encuesta del BCU.

En consecuencia, el escenario 2021 para nuestra economía sería de menor recuperación que la estimada inicialmente por el Gobierno de 4% y no alcanzaría a cubrir la importante caída de producto del año 2020.

Corresponde destacar que la significativa caída del producto por el turismo de la temporada, podrá ser mitigada parcialmente por el desempeño del agro, que tuvo mejoras de precios y buenas cosechas de invierno, sostenida producción lechera, recuperación de la faena en los frigoríficos en los últimos meses y, si el clima y el covid lo permiten, mayor valor de producción en los cultivos de verano.

Otro hecho relevante que incidirá positivamente en el comportamiento del producto en el año próximo será la inversión relacionada a la planta de UPM 2, en un marco de caída a la mitad de la captación de inversión

Inflación acumulada 12 meses por mes



Fuente: Elaboración propia en base a datos INE

extranjera en nuestra región. Será clave el rol del sector privado para que la economía repunte el próximo año, en particular del agro y la agroindustria exportadora.

Precios internos 2021: inflación aún alta
Para 2021, si bien descendería, el incremento de los precios del consumo se mantendría

alto y por encima del techo del rango meta establecido por el BCU. La última encuesta de expectativas prevé para el próximo año una mediana de 7.5%.

Mercado interno: continuará afectado para 2021
En el último semestre, el consumo cayó

ENVÍO FARMA



www.correo.com.uy

comercial@correo.com.uy

Tel. 29160200 / Int. 120

+ Conocé Envío Farma

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



10% y el próximo año el consumo de los hogares continuará afectado por el deterioro del mercado laboral, tanto por la trayectoria del empleo como por la del salario real por efecto de la pandemia.

A pesar de las medidas e incentivos, las tasas de desempleo han desmejorado y se estima que continuará sin recuperación por la extensión de la pandemia.

Por su parte, los salarios reales presentan una trayectoria descendente, con una baja de 2% a octubre, con respecto al mismo mes del año pasado.

Sector externo: competitividad-precio aún sin consolidar mejora

Según los indicadores de tipo de cambio real del BCU, en lo que va del año a octubre 2020 el tipo de cambio real efectivo global presentó un leve descenso de 2%, y una mejora de 7% con extra región. Respecto a los principales destinos de nuestras exportaciones de bienes, destacan la caída significativa respecto a Brasil y la recuperación de competitividad con China y Europa.

El incremento de la cotización del dólar en Uruguay de marzo y abril permitió aumentos transitorios de competitividad-

precio global, pero luego se moderó con el estancamiento del dólar en nuestro país. Las expectativas de mercado para 2021 no están estimando un descenso de precios en términos de dólares.

El desempeño de la competitividad-precio no permitió recuperar la rentabilidad en la industria, según el indicador de excedente bruto de la industria exportadora elaborado por el BCU, que a agosto se mantiene similar al cierre de 2019.

Con ese marco del sector externo, en los primeros once meses del año 2020 las exportaciones de bienes cayeron 14 %, con una menor caída (de 2%) en los últimos dos meses. De mantenerse la tendencia, y dependiendo de precios agropecuarios y clima, el año próximo presentaría incremento de exportaciones de bienes, incidiendo por una rápida recuperación de China, nuestro principal mercado.

Consideraciones finales

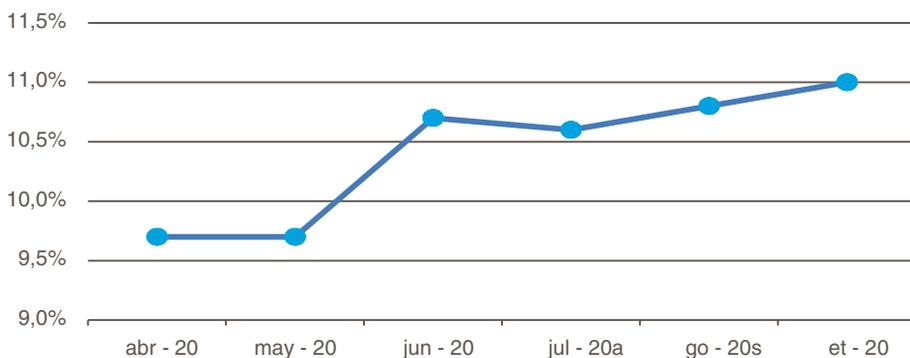
Si algo enseñó el covid-19 es que el escenario económico donde operan las empresas es más volátil de lo que nos imaginábamos. Con la prolongación de la pandemia, el año económico 2021, aún con resultado final incierto, será el consolidado de dos par-

tes bien diferentes marcado por la vacuna. Es necesario considerar que los impactos económicos son diferenciales por sector, con algunos que incluso han tenido que cambiar su misión o implementar reestructuras significativas en su operación. En el semestre abril/setiembre 2020, por la incidencia de la pandemia, los datos de cuentas nacionales mostraron una caída del PIB de 9% interanual, pero de diferente magnitud por sector: mayor descenso en comercio, restaurantes y hoteles, baja similar a la media en la industria, construcción y otros servicios, menor caída del agro y sólo crecimiento en comunicaciones.

Y también es diferente por empresa según sea su modelo de negocio, su situación financiera y capacidad para adoptar una estrategia emergente. En 2021 se presentarán oportunidades para las empresas que puedan adaptar en su actividad la tecnología, y que puedan invertir utilizando los mayores incentivos a las inversiones y dispongan de fondos propios o financiamiento adecuado.

En el contexto actual, desafiante por la crisis, el Prof. Ricardo Pascale expresa que para salir adelante las empresas requieren resiliencia, austeridad e innovación.

Desempleo



Fuente: Elaboración propia en base a datos INE



JETOUR X 70, POR UN 2021 A OTRA ALTURA.



Imagen meramente ilustrativa.



7 PLAZAS



TECHO CIELO



AUTOMÁTICA



PANTALLA 10"

DESDE U\$S 24.990

1.5 CC turbo 16 V. - Automática sec. 8 vel. - 7 plazas - 4 airbags laterales y frontales - ISOFIX - Sistema de asistencia de frenado - Control de tracción - Cámara de estacionamiento trasera y panorámica 3D - Pantalla central 10" - Bluetooth y telefonía móvil - Llantas de aluminio 20" - Tapizado ecocuero - Calienta asientos - Control eléctrico de asiento de conductor - Apertura de baúl con sensor de pie.

🏠 Avenida Italia 4705 📞 26195381 🌐 jetour.com.uy

JETOUR CHERY HOLDING
— Drive Your Future —

Con el respaldo de
SEVEL

Mantener los motores de la economía encendidos

La solidez del BROU en materia patrimonial y de liquidez ha permitido que el banco tenga un rol expansivo aún en tiempos de contracción económica. De cara al futuro, el desafío es reinventarse de forma permanente y encontrar nuevos modelos de negocio, donde los servicios tengan un papel cada vez más relevante, para beneficio de los usuarios.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene el banco por delante en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Intentando ponerle siempre optimismo, y máxime después del duro año que nos ha tocado vivir en pandemia, y pese al recrudecimiento de los datos en las últimas semanas, mantengo un moderado optimismo sobre el nivel de reactivación económica, algo que es mucho más positivo si comparamos con el nivel de expectativas que pudimos hacernos al comienzo de la pandemia, viendo lo que pasaba en otras partes del mundo. En el banco nos hemos focalizado este

2020 en colaborar con “mantener los motores encendidos”, y es así que refinanciamos casi el 50% de nuestro portafolio de créditos, tanto a nivel de empresas como de personas o familias. Además, jugamos un rol muy relevante de apoyo crediticio siendo responsables del 50% de los créditos SiGa otorgados en la plaza, o la tercera parte de los mismos si lo medimos por el volumen de crédito colocado, algo que ha sido muy relevante, y que ha permitido, en plena pandemia y contracción económica, que el crédito bancario muestre una expansión, poniendo de manifiesto el rol crítico que a los bancos nos ha tocado en esta oportunidad como soporte de la situación.



“Los bancos basamos nuestro negocio en la confianza de nuestros depositantes. En el caso del BROU, la misma por suerte es sólida y así ha sido demostrada a lo largo de la historia”.

Hemos dado apoyo a sectores específicos, con particular foco en el segmento agropecuario como motor natural de la economía, atendiendo de forma especial a los sectores arrocero y lechero -por mencio-

25



Oferta válida hasta el 31/12/2020

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 29.918 Precio Leasing

Mercedes-Benz

Mercedes-Benz confía en  Lubricantes Shell



nar algunos de los que vienen arrastrando dificultades-, y apoyo para contrarrestar la emergencia hídrica. Todo esto reafirma el rol histórico del banco en el sector agropecuario.

Pero, por otra parte, hemos diseñado medidas de apoyo específicas para sectores afectados como, por ejemplo, el turístico, con el lanzamiento de una tarjeta de crédito con beneficios excepcionales pensados para el segmento.

Y esto en coordinación, además, con las medidas que el propio gobierno dispuso, como el apoyo crediticio a través del SiGa Turismo.

Mirando ya hacia el 2021, por supuesto que entre las prioridades está el mantener los motores de la economía encendidos, apoyando a nuestras empresas y personas con financiamiento conveniente en tasas, plazos y con una actitud dinámica y de servicio.

Tenemos también una apuesta fuerte a lo digital. Queremos ayudar a nuestros clientes a transaccionar cada vez más en el mundo digital, en particular en esta situación especial que nos toca, contribuyendo así a cuidar principalmente a nuestros mayores.

En medio del contexto del que hablamos, ¿qué líneas de negocio ve que pueden mostrar mayor dinamismo para el negocio del banco?

Todas las líneas de negocio activas o de financiamiento tienen una oportunidad importante de crecimiento. El BROU merece una participación de mercado más relevante que la que hoy tiene en estos negocios, ya sea a nivel del financiamiento empresarial o del financiamiento al consumo, personas y familias; y estamos trabajando en todas estas líneas.

En particular, en el segmento de tarjetas de crédito hemos hecho un relanzamiento de la presencia del banco en el mercado. Mediante el acuerdo con Mastercard y el lanzamiento de la tarjeta BROU Mastercard Recompensa, que tienen no solo beneficios muy atractivos asociados a lo cotidiano, sino también un programa de fidelidad muy especial, apostamos a un reposicionamiento significativo del banco en este segmento.

Como decía anteriormente, queremos potenciar de forma significativa el uso de medios digitales, y también en esa línea fue el nuevo diseño de la página web (EBrou) y la AppBrou, y apostamos también a la potenciación de TuApp, un instrumento que

desarrollamos en conjunto con Antel, para ofrecer también una alternativa transaccional muy sencilla para nuestros clientes, y el mercado todo.

Y todo esto, sin olvidar que parte de la estrategia a la que estamos apostando es al resurgimiento comercial de nuestras sucursales. BROU tiene una presencia envidiable, con más de 130 sucursales, presencia en todos los departamentos del país como ningún otro banco, y aspiramos a que las mismas sean responsables de una parte cada vez más significativa de la generación de negocios.

“El desafío permanente de reinventarse, encontrar nuevos modelos de negocio en donde los servicios tengan un rol cada vez más relevante, y donde el usuario sea el beneficiado”.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene el sector bancario en este momento tan complicado del mundo y que impacta en todas las actividades?

A diferencia de otras crisis, en las que el sector bancario ha sido tradicionalmente funcional o procíclico, esta vuelta tenemos una oportunidad de jugar un rol muy distinto, y creo que es lo que viene pasando en buena parte del mundo, y muy particularmente en Uruguay.

El sector bancario en Uruguay, y el BROU en particular, llegan a esta situación sobre una muy buena posición patrimonial y de liquidez, lo que nos permite jugar ese rol expansivo en materia crediticia que no es usual observar en tiempos de contracción económica. El apoyo del Gobierno mediante programas de garantía como los que ha diseñado mediante el SiGa (Emergencia, Turismo, Plus) han permitido al sector bancario utilizar esa liquidez para dar soporte a la actividad económica.

En contrapartida, ¿ve algún tipo de

amenaza en el horizonte para el sector financiero?

Los bancos basamos nuestro negocio en la confianza de nuestros depositantes. En el caso del BROU, la misma por suerte es sólida y así ha sido demostrada a lo largo de la historia.

En una situación como la que enfrentamos, donde existe incertidumbre sobre los tiempos de duración de la pandemia y el nivel de impacto acumulado sobre la economía, surgen preocupaciones naturales sobre la capacidad de repago de los deudores con respecto a sus obligaciones.

En cierta medida, gracias a las extensiones de plazo y refinanciamientos que hemos hecho, hoy no estamos viendo una foto de balance que nos muestre una preocupación relevante en este sentido, pero es algo a monitorear, porque razonablemente podemos enfrentar dificultades en esta materia.

En líneas generales, ¿hacia dónde tiende ahora el negocio bancario, ante este escenario de nueva normalidad? ¿Hay un nuevo modelo de negocio?

Si pensamos en el sistema bancario uruguayo, el mismo claramente ha tenido un cambio significativo en los últimos años, con una concentración en pocas y fuertes instituciones financieras internacionales y el BROU como principales actores.

El modelo de negocio cambia de forma permanente. Ya no es negocio para el sector la simple captación de ahorro, y ni que hablar incluso ahorro externo relevante como en su momento supimos captar, y su colocación en el mercado internacional. Ese fue un modelo de muchos años en el pasado, ya perimido. Hoy enfrentamos un mundo de tasas internacionales y locales como consecuencia, muy bajas, que es una buena noticia para los deudores, pero una mala noticia para los bancos, que vemos comprimido el margen del negocio, en un escenario usualmente de costos crecientes. Por eso el desafío permanente de reinventarse, encontrar nuevos modelos de negocio en donde los servicios tengan un rol cada vez más relevante, y donde el usuario sea el beneficiado.

El usuario de servicios bancarios, quiere ir excepcionalmente a la sucursal, y tener como contrapartida soluciones ágiles, fáciles, y sencillas, para resolver su día a día transaccional, y eso es lo que tenemos que tener en mente a la hora de pensar en soluciones para nuestros clientes.



UruguayNatural

Ministerio de Turismo

Disfrutá un verano con más beneficios para todos

 **TURISMO RESPONSABLE**
Protocolo Nacional para la reactivación de la Actividad Turística

IVA 0%
en hoteles

Te devolvemos **9 PUNTOS DE IVA** en alquiler de autos

Te devolvemos **9 PUNTOS DE IVA** en gastronomía

CUOTAS SIN RECARGO con tarjetas de crédito

EXONERACIÓN de IRPE para alquileres en inmobiliarias registradas

Informate más en turismo.gub.uy

Beneficios válidos hasta el 04/04/2021 inclusive.

Ser la mejor opción para los clientes

El líder de la operación de HSBC en el país resalta que, en un escenario sin precedentes, como el que transcurrió en casi todo 2020, la organización, apoyada por la red global, siempre estuvo al lado de su clientes, siendo su banco y también su socio en los momentos complicados. El objetivo es seguir mejorando en cada línea de negocio para ser siempre la mejor opción para sus socios de negocio.



¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene el banco por delante en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Estamos en un momento desafiante a nivel global. Este año será recordado por eso, y el futuro próximo en el corto plazo continuará de la misma manera. Vivimos una etapa compleja en lo económico y lo social. Las economías regionales seguirán con dificultades, pero confiamos en que Uruguay continúe por el buen camino.

Como banco, estamos cerrando el año habiendo logrado una solidez financiera muy importante, con crecimiento y con muy buenas bases para hacer frente a los desafíos que nos esperan en el 2021. Estoy convencido de que una de las claves fue desarrollar una gran capacidad para adaptarnos a las situaciones que se nos fueron planteando,

para encontrar la mejor manera de ayudar a nuestros clientes, tanto empresas como personas. Es un escenario sin precedentes y buscamos soluciones innovadoras para atender a las necesidades de los clientes. Somos su banco y somos su socio también en los momentos difíciles.

“Las economías regionales seguirán con dificultades, pero confiamos en que Uruguay continúe por el buen camino”.

Siempre decimos que nuestro negocio se basa en la cercanía y en la confianza, y por eso no podíamos quedarnos de brazos cruzados en un momento como este. Por mencionar un ejemplo, de las medidas que hemos adoptado, destaco la extensión de vencimiento de plazos de préstamos, porque la respuesta ha sido realmente muy positiva por parte de los clientes.

Estoy muy satisfecho con los resultados y vamos a seguir de la misma manera. Hicimos una gran inversión en tecnología con el lanzamiento de la nueva aplicación iBanca, contamos con un excelente equipo de profesionales y eso se refleja en la confianza de nuestros clientes.

En medio del contexto del que hablamos, ¿qué líneas de negocio ve que pueden mostrar mayor dinamismo para el negocio del banco?

En HSBC tenemos como meta crecer y se-

guir mejorando en cada línea de negocio para ser siempre la mejor opción para los clientes. Nuestro objetivo se centra en seguir acompañando los desafíos que se presentan en la economía con una propuesta cada vez más completa, más fuerte y competitiva. Estamos seguros de que existen oportunidades para todas las líneas de negocio y destinaremos nuestros esfuerzos para continuar siendo la mejor opción para los clientes.

Desde banca Empresa, por ejemplo, seguimos apostando a los préstamos que brindamos como parte del programa del gobierno de SiGa Emergencia; brindando apoyo a empresas y personas. Tenemos las mejores opciones en créditos y debemos seguir trabajando en esa línea, por ejemplo, con alianzas exitosas, como la que logramos con General Motors.

HSBC genera confianza y por eso somos partícipes directos de las últimas emisiones soberanas del Estado, en bonos nominados en dólares y unidades indexadas. Sin duda, ese ha sido un reconocimiento formidable al trabajo que venimos realizando.

Además, potenciamos nuestra cartera de préstamos con ideas innovadoras que tuvieron un gran resultado en el mercado. Nuestros préstamos verdes, que siguen nuestro objetivo global de apostar por la reducción de emisión de carbono, son un ejemplo de ello. Nos posicionamos muy bien y vamos a seguir trabajando en esa línea.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene el sector bancario en este momento tan complicado del mundo, con impacto en todas las actividades?

Uruguay tiene virtudes que le han permitido enfrentar este complejo escenario sanitario, económico y social, de una manera muy diferente a la del resto de los países de la región. Su estabilidad social, política y económica se refleja en la forma en que cada sector desarrolla su actividad, incluido el bancario y financiero, con reglas claras y sostenidas en el tiempo. Del mismo modo, las medidas que tomó el gobierno, con los esfuerzos de los sectores público y privado, sin dudas, contribuyó a que los impactos de esta crisis no fueran aún más profundos.

La confianza de los clientes ha sido determinante para nosotros en esta etapa. Nos brindó la solidez necesaria para atravesar esta tormenta, atendiendo a todos los desafíos que se generaron con ella de la mejor manera posible. En nuestro caso, dimos respues-

ta y atendimos todos los casos de nuestros clientes de forma particular. En ese sentido, por ejemplo, ofrecimos prorrogas de pagos de créditos, se redefinieron vencimientos, se reprogramaron y negociaron préstamos automotores, personales e hipotecarios, además de préstamos de clientes Empresas. Asimismo, el banco reforzó la oferta de producto de monedas extranjeras para multinacionales y se implementaron préstamos y promociones para clientes Corporate.

“La pandemia nos puso a prueba y pudimos demostrar de lo que somos capaces”.

Es indudable que el respaldo que nos ofrece nuestra red global es un valor en sí mismo, que, sumado a estar a la vanguardia en materia de estándares globales, nos permitió ofrecer una gran variedad de propuestas para atender a cada situación, a cada cliente, conectándolos con el mundo de manera rápida y segura. La pandemia nos puso a prueba y pudimos demostrar de lo que somos capaces.

En contrapartida, ¿ve algún tipo de amenaza en el horizonte para el sector financiero?

Como dije anteriormente, el sector financiero del país se encuentra en un momento de solidez y HSBC Uruguay es parte de ese sistema. Demostramos poder resolver los obstáculos que se nos plantearon y puedo decir que vamos por el buen camino. Nuestro mayor desafío es guiar a nuestros clientes de la mejor manera, ayudándolos a tomar las mejores decisiones y lo hemos logrado; las respuestas de los clientes son muy positivas.

En líneas generales, ¿hacia dónde tiende ahora el negocio bancario, ante este escenario de nueva normalidad? ¿Hay un

nuevo modelo de negocio?

La pandemia nos obligó a todos a modificar nuestras rutinas, nuestras costumbres y formas de trabajo, y eso nos hizo ver la importancia de la digitalización. Es un camino que veníamos transitando, pero que tuvimos que recorrer aún más aprisa para estar a tono con la situación que se planteó. Estamos en un mundo digital, donde la tecnología juega un rol fundamental y es a eso a lo que tenemos que apuntar.

En esa línea, realizamos importantes inversiones para consolidar una transformación en el área tecnológica, para estar a la vanguardia y ampliar las posibilidades de contacto con el banco. En marzo de este año lanzamos nuestra nueva aplicación de banca digital: iBanca. La aplicación innova nuestros servicios financieros y fue diseñada para brindar soluciones rápidas, seguras, simples y modernas a todas las solicitudes de los clientes. Los clientes tienen acceso a todas las operaciones las 24 horas del día desde cualquier lugar. Esto incluye transacciones, la mejor tasa de cambio de divisas, inversiones, cheques de saldos, entre otros. Además, la aplicación tiene funciones de seguridad de última generación, como reconocimiento facial y de huellas dactilares.

Las comunicaciones a través de la nueva iBanca y el módulo de inversiones se triplicaron. A su vez, también nos ayudó en nuestra operativa. Se facilitaron varios procesos del banco, por ejemplo, se agregaron enmiendas de transferencias en algunos casos, se comenzó a aceptar el envío de acuse de recibo, se implementó solicitud de avales a través de iBanca y se simplificó el pedido de documentación legal.

¿Algo más para agregar?

Es un año especial, no solo por la pandemia, sino porque estamos cumpliendo 20 años en Uruguay. Estamos orgullosos del banco que hemos construido, de nuestra cartera de clientes, de nuestro equipo y de nuestra propuesta.

No solo somos parte de la vida de nuestros clientes, sino que también somos parte de la comunidad. Queremos seguir construyendo junto al país y junto a los uruguayos. Queremos seguir siendo un banco que ayude a concretar los sueños de los clientes, un banco que abra las puertas del mundo para los emprendedores, un banco que crece gracias a la confianza que los clientes nos brindan día a día.

Pronóstico de crecimiento para todas las líneas de negocio

Apoyado en la amplia red de sucursales que el banco tiene en el Interior, el abanico de opciones para los clientes se incrementa, con crecimiento del negocio en todos los sectores; unos con más dinamismo que otros. La nueva dinámica de trabajo, que se aceleró con la pandemia, trae aparejado un modelo de negocio apalancado en los canales digitales, y en ese terreno Scotiabank se siente muy competitivo.



¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene el banco por delante en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Soy optimista por definición, por lo cual vislumbro que más temprano que tarde vamos a llegar al final de esta situación extraordinaria y de a poco todo volverá a la normalidad.

Definitivamente, esta etapa nos dejará enseñanzas muy importantes, en la interna y todavía más importantes, de cara a nuestros clientes, para mejorar día a día el servicio, experiencia y asesoramiento que les brindamos.

El 2021 viene con muchos desafíos, entre ellos entender el impacto de fondo que dejará la pandemia, a nivel social y económico. Los pronósticos más optimistas de rebote para la economía uruguaya que veíamos sobre mitad de año, vienen ajustando a la baja,

y lo estiman actualmente por debajo del 2%, luego de una caída estimada de 4% esperada para 2020. Va a ser clave en 2021 que todos

“Si bien en Scotiabank ya veníamos en un camino muy marcado de mejora de nuestras herramientas digitales, estos meses nos han hecho acelerar y adelantar planes”.

los proyectos de inversión e infraestructura que están programados puedan ejecutarse en tiempo y forma. Asimismo, esperamos

que muchos proyectos que quedaron en stand by este año puedan retomarse. Esto le dará mucha fuerza a la economía, y dada la naturaleza de estos proyectos, vamos a ver los impactos no solo a nivel macro, sino también a nivel micro, derramando efectos positivos en toda la economía.

En medio del contexto del que hablamos, ¿qué líneas de negocio ve que pueden mostrar mayor dinamismo para el negocio del banco?

Nosotros somos positivos y estamos pronosticando crecimientos para todas nuestras líneas de negocio, con diferentes niveles de crecimiento, en función de la naturaleza del negocio y del segmento involucrado.

Seguramente, todas las actividades relacionadas al agro van a tener una contribución muy importante, y lo que gire alrededor de la planta de UPM tendrá un destaque interesante.

Nuestra importante red de sucursales en el Interior nos va a permitir estar cerca de



Maltas añejadas en barricas
de roble de jerez

 **CHIVAS Extra**
BLENDED SCOTCH WHISKY



Finaliza su añejamiento en
barricas de roble Mizunara

 **CHIVAS MIZUNARA**
BLENDED SCOTCH WHISKY



Finaliza su añejamiento en
barrica de roble "Gran
Cognac Champagne Francés

 **CHIVAS XV**
BLENDED SCOTCH WHISKY

todos estos clientes, para poder asesorarlos y asistirlos en tiempo y forma. Conocemos cada uno de los pueblos, ciudades donde estamos en el Interior, y eso es una gran ventaja para nosotros.

Asimismo, hemos visto principalmente durante el segundo semestre, como se recuperaron las ventas de inmuebles y de autom3viles 0km. Entendemos que este dinamismo va a continuar, en la medida que la situaci3n general no cambie radicalmente.

Hemos relanzado este a3o nuestra propuesta de Banca Premium, y all3 tambi3n esperamos un dinamismo importante con una propuesta de valor muy potente.

Somos optimistas respecto de una recuperaci3n importante de los retailers, con una vocaci3n de estos comercios mucho m3s fuerte para la venta online, y ah3 tambi3n vamos a estar para apoyararlos en ese crecimiento.

¿Cu3les son las fortalezas que tiene el sector bancario en este momento tan complicado del mundo, con impacto en todas las actividades?

Esta crisis encuentra al sector bancario en general en una situaci3n muy s3lida, desde el punto de capital y liquidez y demostrando que tenemos un sistema financiero muy resiliente. Tenemos un regulador que ha reaccionado r3pido y acertadamente, desde el primer momento de la esta crisis, y nos ha dado herramientas para poder apoyar a3n m3s a nuestros clientes ante situaciones de incertidumbre y de freno importante de la econom3a.

En el caso de Scotiabank, estamos en una situaci3n inmejorable para apoyar a nuestros clientes en una recuperaci3n econ3mica, que esperamos sea r3pida a partir del segundo trimestre de 2021.

Por otro lado, si bien en Scotiabank ya ven3amos en un camino muy marcado de mejora de nuestras herramientas digitales, estos meses nos han hecho acelerar y adelantar planes que ten3amos para m3s adelante. Hemos lanzado una nueva app bancaria y renovado nuestra app de pagos, ambas con nuevas funcionalidades y muy bien valoradas por nuestros clientes. Este es un proceso continuo y permanente, vamos a seguir sorprendiendo a nuestros clientes en los pr3ximos meses.

En contrapartida, ¿ve alg3n tipo de amenaza en el horizonte para el sector financiero?

No veo una amenaza en particular para la banca, pero si esta pandemia y las restriccio-

nes asociadas se mantienen por mucho m3s tiempo, los impactos van a ser duraderos y de largo plazo, con impacto en la econom3a

“En Scotiabank estamos en una situaci3n inmejorable para apoyar a nuestros clientes en una recuperaci3n econ3mica, que esperamos sea r3pida a partir del segundo trimestre de 2021”.

en general. Afortunadamente, en algunos pa3ses ya se est3n aplicando las vacunas con 3xito, y eso es una gran noticia.

En l3neas generales, ¿hacia d3nde tiende ahora el negocio bancario, ante este escenario de nueva normalidad? ¿Hay un nuevo modelo de negocio?

C3mo coment3 anteriormente, indefectiblemente vamos a ver un cambio de modelo de negocio, apalancado de forma muy importante en los canales digitales.

Hemos visto como en estos meses, las transacciones que transitan por esos canales se han duplicado. A su vez, casi el 50% de nuestros clientes est3n digitalizados, accediendo a nuestros canales permanentemente, para transaccionar y realizar consultas.

El celular va a pasar a ser el centro de todo, donde el cliente podr3 hacer lo mismo que hace en una sucursal, sin necesidad de concurrir a las mismas.

Vamos a ir viendo, paulatinamente, c3mo las sucursales van a cambiar su rol, pasando de ser unidades transaccionales a ser centros de asesoramiento y venta de los productos m3s sofisticados.



NO TENGAS MIEDO A CAER

KÉRASTASE

PARIS

GENESIS

NUEVO TRATAMIENTO
DOBLE ACCIÓN ANTICAÍDA.

Mayor resistencia de la fibra al instante.
Día tras día 84% menos caída
ocasionada por el quiebre.



Visita tu salón consejero Kérastase o www.kerastase.uy

Con el foco puesto en apoyar a las pymes

El ejecutivo remarca que en los momentos de crisis los bancos tienen que dar la cara, y en el contexto actual la apuesta de BBVA es de apoyo a las pymes, poniendo a su disposición más créditos y productos innovadores; todo ello sustentado con las capacidades tecnológicas del banco. Resalta la posición robusta de la institución en Uruguay no solo en capital, balance, estabilidad de resultados y transformación digital, sino también en la calidad del equipo.

¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene el banco por delante en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Covid y economía son dos caras de una misma realidad. Y este partido lo tenemos que pelear hoy, ahora, en los dos campos, y con mucha decisión. No es momento de lamentarse sino de reaccionar fuerte.

En el lado económico, nuestro servicio de estudios BBVA Research modificó la estimación del PIB a una caída del 4.1% del producto (antes preveía un -3.1%), pero lo

alentador es que también prevé en 2021 un crecimiento superior al esperado, con una subida del 4.2% frente al 3.3% proyectado hace unos meses. Esto está relacionado con las políticas económicas del gobierno, pero especialmente con el otro lado de la moneda, que es la gestión del covid. Cuanto más nos cuidemos, tendremos menos contagios, y mayor fuerza económica. Por eso hoy, relajarse en las medidas sanitarias es condenarnos a nosotros, y a quienes más queremos, a la enfermedad, pero también a la pobreza. Somos optimistas porque confiamos en el sentido común de los uruguayos para darse cuenta de que el partido está jugándose aún, y ahora vamos empatados, pero podemos perder. Desde BBVA hemos tomado todas las medidas para extremar la seguridad sanitaria de empleados, clientes y proveedores, pero del otro lado también lo estamos dando todo para mantener funcionando la economía, facilitando el dinamismo económico de familias y empresas, tanto desde el crédito como garantizando el funcionamiento de la cadena de pagos.

En medio del contexto del que hablamos, ¿qué líneas de negocio ve que pueden mostrar mayor dinamismo para el negocio del banco?

Es importante poner el foco en apoyar a las pequeñas y medianas empresas, sector al que el gobierno, y también el Banco Central, están cuidando con medidas concretas en esta crisis inesperada. Hay proyectos importantes como UPM, y no solo ese, que van a dinamizar la actividad de las pymes y el empleo, con impacto directo en la economía de las familias. Y los bancos tenemos que asegurar que ese motor de arranque, que son los grandes proyectos, se multiplique como una onda expansiva de crecimiento.

Personalmente, opino que el equipo BBVA que atiende a las pymes es el mejor de la banca uruguaya, y está muy centrado en hacerles llegar no solo más crédito, sino productos innovadores, como la firma de vales a través de ID digital, nuestras capacidades tecnológicas para que los clientes puedan gestionar sus finanzas sin necesidad de ir a una sucursal, pero siempre con la atención personalizada como gran diferencial. Los bancos, en los momentos de crisis, tenemos que dar la cara.

¿Cuáles son las fortalezas del sector en este momento tan complicado del mundo, y que repercute en todas las actividades?

BBVA es uno de los grupos bancarios globales más sólidos en capital, y con uno de los balances más sanos del mundo. Esto es un gran punto de partida. Pero la posición de BBVA en Uruguay ya es de por sí robusta, y no solo en capital y balance, o en la recurrencia y estabilidad de resultados. Me refiero también a nuestro equipo, que no cambiaría por el de ningún otro banco y al liderazgo en transformación digital. Hago referencia a las pymes que comentaba antes, pero también a nuestra App BBVA para los particulares que ya es la segunda preferida por los uruguayos... y nació hace solo 18 meses.

En contrapartida, ¿ve algún tipo de amenaza en el horizonte para el sector financiero?

La mayor amenaza es que nos volvamos todos locos y actuemos como si el covid no existiera, o fuera inofensivo. El covid mata y no solo a los más débiles. Quien no respeta las precauciones se convierte en responsable directo de las consecuencias, llamemos a las cosas por su nombre. Pero

también sería letal para la economía. ¿El banco lo aguantaría? Si... pero seríamos parte de una sociedad mucho más pobre. Confiamos en la conciencia cívica que las uruguayas y los uruguayos mostraron en la primera fase de la pandemia y que debemos recuperar a toda costa. También confiamos en las medidas sanitarias y económicas del gobierno. Seguiremos dando apoyo directo en ambas líneas, economía y salud, para minimizar el impacto que la crisis pueda tener en el país.

En líneas generales, ¿hacia dónde tiende ahora el negocio bancario, ante este escenario de nueva normalidad? ¿Hay un nuevo modelo de negocio?

La banca es un negocio simple: hay que ser muy solventes, cuidar los gastos, y a partir de ahí crecer en clientes bien elegidos y en rentabilidad. Para conseguir esto hay dos estrategias fundamentales que hay que gestionar. Una ya es parte del ADN de BBVA, y es la digitalización. En BBVA llevamos 15 años trabajando para liderar la transformación digital en la banca mundial, y hoy la explicaría como ser muy cómodos para el cliente, y también como saber poner los datos al servicio del cliente. Como te comentaba, somos la única institución financiera que permite mediante ID digital firmar vales o hacer otras operaciones que hasta ahora requerían de firma manuscrita. También la creación de BBVA Contigo hace dos años (equipo de ejecutivos que atienden de manera personalizada a sus clientes pero a distancia, sin ir a la sucursal), o nuestra muy potente banca por internet y App, entre otros servicios, nos han permitido mejorar nuestra posición



“Es importante poner el foco en apoyar a las pequeñas y medianas empresas, sector al que el gobierno, y también el Banco Central, están cuidando con medidas concretas en esta crisis inesperada”.

rápidamente en esta coyuntura inesperada. Lo que queremos garantizar a la clientela es seguridad y libertad: cuidamos su salud

y ofrecemos vincularse con el banco de la forma que elija el cliente, brindando siempre la mejor experiencia.

Pero hoy aparece junto a la digitalización otra enorme línea estratégica, que es la sostenibilidad. La sostenibilidad ambiental y social es lo que va a permitir a nuestros clientes seguir existiendo en el futuro, y por tanto seguir trabajando con nosotros. Por eso en BBVA tenemos como prioridad estratégica acompañar y ayudar a nuestros clientes en el necesario camino de transformación hacia un futuro sostenible, tanto en impacto ambiental como en inclusión social. Por eso nuestro Compromiso 2025 BBVA nos exige movilizar hasta esa fecha 100.000 millones de euros en financiación sostenible... y a junio de este año ya llevamos más de 40.000. Con el actual crecimiento de la población mundial, el futuro sólo tendrá sentido si conseguimos que sea limpio y justo.

¿Algo más para agregar?

Si me permites, quisiera resaltar el compromiso y dedicación de todo el equipo de BBVA en Uruguay. Mantuvimos abiertas las oficinas, y el equipo comercial tuvo una dedicación extraordinaria, siempre presente para dar el mejor servicio al cliente y apoyarle en una situación compleja. También destaco el desempeño de las áreas centrales que han sido capaces en un 98% de trabajar desde sus hogares. Así han ayudado a preservar la salud de todos sin que el banco dejase de operar, y brindando el apoyo financiero necesario para que nuestros clientes, la economía y el país salgan adelante. Me siento muy orgulloso de formar parte de este equipo.

AEROPUERTOSVIPCLUB

Accedé a todos los servicios VIP a través de nuestra web
www.aeropuertodecarrasco.com.uy

 [aeropuertovipclub](https://www.instagram.com/aeropuertovipclub)

 +598 99 673 891

Acompasado a la realidad actual

La pandemia encontró al Banco Santander muy bien parado y listo para afrontar lo que se avecinaba.

La firma está abocada a llegar a cada ciudadano y ser socio fundamental de los rubros que mueven la economía y salud de todo el país. A su turno, el ejecutivo destacó la solidez del sistema financiero uruguayo, al que catalogó como uno de los más solventes del mundo.



¿Cómo vislumbra el futuro inmediato y cuáles son los desafíos que tiene el banco por delante en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

En comparación, Uruguay hasta el momento ha sido uno de los países menos afectados por la pandemia, aunque cerrará el año con una importante caída del PIB. Es probable que la economía uruguaya tenga una recuperación más rápida que otros países, impulsada por grandes proyectos, como el de UPM 2 que el año próximo estará en su plenitud, pero también favorecida por sus motores, que se mantuvieron encendidos y han permitido tener una actividad económica en general bastante normalizada ante circunstancias notoriamente adversas. Claramente, hay sectores que todavía no se recuperan y otros como los vinculados a los rubros Servicios y Turismo cuyas perspectivas pueden llegar a ser aún peores. Es a ellos a quienes más tenemos que apoyar.

La prioridad fue y será mitigar los efectos de la pandemia. Declarada la emergencia sanitaria, lo primero que hicimos fue impulsar medidas para apoyar la salud de nuestro equipo y a la sociedad. Diseñamos planes para dar alivio a nuestros clientes y propuestas para favorecer el rebote de la economía, lo que nos llevó a ser uno de los bancos con mayor crecimiento de cuota en créditos de todo el sistema. El SiGa Emergencia ha sido una herramienta muy útil y que nos fue familiar. A ello se suma que la pandemia nos encontró en el mejor escenario para enfrentar algo que no esperábamos con destacada solvencia, liquidez y sanidad crediticia. Ahora estamos dispuestos a potenciar el alcance del SiGa Plus y SiGa Turismo.

El sistema financiero uruguayo está muy sólido, bien capitalizado y con buena liquidez. Por eso hemos insistido, desde el discurso y las acciones, en ser parte de la solución, no del problema.

Santander enfrenta nuevos desafíos año tras año, pero somos conscientes de que el 2021

será muy particular. El año próximo los retos serán muchos y en diferente niveles. No obstante, como principal banco privado del país, tenemos claro que nuestro objetivo es profundizar el liderazgo, estar más cerca de nuestros clientes y eso significa brindar más y nuevas herramientas, productos, servicios y un asesoramiento acorde para contribuir al desarrollo y la satisfacción deseada. No concebimos otro banco ni otra forma de llevar adelante nuestra actividad que no sea esa.

La digitalización sigue siendo pilar de acción. En ese camino estamos, claro está, sin perder la esencia: la cercanía y confianza que buscamos a la hora de entablar diálogo y ofrecer servicio a nuestro cliente.

En medio del contexto del que hablamos, ¿qué líneas de negocio ve que pueden mostrar mayor dinamismo para el negocio del banco?

Hoy estamos enfocados en sumar, en ayudar a reducir el impacto financiero y econó-

mico que provocó el parate de la actividad, consultando y apoyando segmento a segmento, cliente a cliente.

Al principio anunciamos una batería de medidas que incluyó el aplazamiento de pagos de créditos, garantías crediticias para las empresas, facilidades para las vinculadas a la salud y beneficios para los clientes Personas.

Hemos redoblado esfuerzos para acompañarlos en este difícil momento, con créditos, reestructuraciones y otras herramientas financieras. Claramente no todos demandan o necesitan lo mismo, por eso dedicamos mucho esfuerzo a contactar a muchos clientes para personalizar soluciones y, más que nada, hacer sentir que cuentan con nosotros. Nuestra vocación para ayudar al desarrollo de las personas y a las pymes nos ha llevado ser el banco privado que ha tenido más share dentro de todo el monto de SiGa del Uruguay. Nuestra participación es cercana al 30%, cuota que consolida nuestro liderazgo entre los bancos privados desde la implementación del sistema.

Por otra parte, estamos convencidos de que la producción agropecuaria es uno de los sectores clave para la recuperación económica del país. Por eso, ratificamos y potenciamos las propuestas en el fideicomiso financiero Ganadería Tres Millones, un crédito rural que permite utilizar el ganado como garantía de préstamos, y así brindarles a los productores agropecuarios una herramienta más de valor.

Uruguay ha comprobado su fortaleza institucional y social en un mundo que se ha convulsionado, y esto ha pasado a ser un gran activo para el país que es muy valorado por quienes buscan inversiones seguras y confiables.

Por último, tenemos que hablar de la educación superior. Becas, emprendimiento y empleo, los tres pilares que abordamos a través de Santander Universidades. Los protagonistas e impulsores del mañana saben que cuentan con nosotros.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene el sector bancario en este momento tan complicado del mundo, con impacto en todas las actividades?

El sistema financiero uruguayo no solo está sólido, sino que es uno de los más solventes del mundo. La digitalización ha sido uno de los pilares en estos meses de confinamiento. En Santander, además de la necesaria y vital atención presencial, contamos

“Santander enfrenta nuevos desafíos año tras año, pero somos conscientes de que el 2021 será muy particular”.

con canales de comunicación y una banca digital que permite a los clientes acceder a todos los servicios y productos del banco, sin la necesidad de trasladarse a una sucursal. Eso permitió que el sistema bancario siguiera funcionando con normalidad durante los meses más complejos de la pandemia, fomentar la transaccionalidad digital y acercar soluciones pese al distanciamiento social. Los bancos no hemos visto alterada nuestra operatividad y es algo a destacar y reconocer para las personas que aquí trabajan. Es motivo de orgullo y aliento para lo que viene: nuestro equipo está comprometido.

“Nuestra vocación para ayudar al desarrollo de las personas y a las pymes nos ha llevado ser el banco privado que ha tenido más share dentro de todo el monto de SiGa del Uruguay”.

En contrapartida, ¿ve algún tipo de amenaza en el horizonte para el sector financiero?

Este 2020 fue un año de gran incertidumbre, pero las instituciones financieras demostramos que estuvimos a la altura de las circunstancias. La responsabilidad fue un factor esencial. Teníamos que ofrecer con-

diciones, planes y propuestas que los clientes estuvieran dispuestos a afrontar en el futuro. Por eso, insistimos en su momento, el delicado equilibrio que teníamos que cumplir para, en vez de ser el problema, convertirnos en solución. El sector se mostró sólido y supo dar las respuestas necesarias, siendo los bancos actores fundamentales en el correcto status económico en el que se encuentra el país.

En líneas generales, ¿hacia dónde tiende ahora el negocio bancario, ante este escenario de nueva normalidad? ¿Hay un nuevo modelo de negocio?

La pandemia nos llevó a acelerar los procesos de la banca digital, sin descuidar la atención presencial, que en nuestro caso sigue registrando nuevos hitos: la primera sucursal móvil del país -ya operativa en Paso de los Toros- y la reciente apertura de una nueva sucursal en Car One.

Estamos convencidos de que la confianza y la relación interpersonal seguirán siendo un activo indispensable en el negocio bancario más allá de modelos digitales y de atención remota que son indiscutibles.

Igualmente, la situación sanitaria llevó a que los usuarios probaran nuevos métodos de relacionamiento con las operativas financieras y la profundización de actividades digitales fue una realidad incluso para aquellos que se negaban a formar parte de esta.

Creo que el negocio bancario apunta hacia allí, con una digitalización cada vez más potente y relevante, derivando en que los usuarios puedan acceder a las herramientas y servicios de una forma remota y rápida, permitiendo también un adecuado control de sus finanzas y el asesoramiento necesario. Los bancos estamos adaptándonos a la nueva realidad, acompañando las exigencias regulatorias; por eso, entendemos que las reglas de juego tienen que ser las mismas para todos.

¿Algo más para agregar?

Mi reconocimiento público a las personas de nuestro equipo que trabajan en la red de sucursales. Desde el primer día de la pandemia en el mes de marzo pasado, nunca dejaron de asistir a sus puestos de trabajo y de cumplir sus funciones en pro de apoyar la continuidad de la cadena de pagos y la normalización de la actividad económica y social del país. Han hecho y siguen haciendo un gran trabajo.

Provocar y liderar los cambios

Dice que las herramientas necesarias para fomentar la inversión en infraestructura están; simplemente hay que dirigir bien los esfuerzos y empoderar a las personas que son claves en este tipo de iniciativas. Poniendo foco en lo que se viene, afirma que desde la compañía se pretende provocar y liderar los cambios que el sector de infraestructura precisa en el país.



¿Cuáles son los planes que tiene Saceem y dónde pondrá énfasis en lo que respecta a su gestión en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

Saceem tiene por delante un año 2021 con muchas actividades en las obras - FC, Viaducto, UPM, PPP Educativa, etc-. Fuera de Uruguay estamos con actividad en Paraguay, Perú y Chile.

Pero el gran desafío se presenta de mediados del 2022 en adelante, y para ello hemos definido una estrategia que se apoya en dos ejes: aumentar nuestra actividad internacional y participar de forma muy proactiva en el desarrollo de nuevas iniciativas a presentar al gobierno. Nuestra empresa tiene ADN de emprendedor y eso es lo que nos ha permitido posicionarnos donde hoy estamos y diferenciarnos en el mercado. Es por ello que apostamos una vez más a provocar y liderar los cambios que el sector de infraestructura precisa en Uruguay en un contexto complejo y desafiante.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector del que forma parte Saceem en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve en el horizonte ante este nuevo escenario?

Los desafíos y amenazas vienen de la mano de la falta de actividad una vez que se finalicen las obras de UPM 2 -las de la planta y todas las asociadas-. Eso hace imperativo encontrar mecanismos que permitan mantener o aumentar los niveles de inversión en infraestructura.

En su opinión, ¿cuáles son las mayores necesidades que tiene el país en lo que refiere a infraestructura?

La infraestructura es la capa física donde se apoya la matriz productiva, hace a la eficiencia e impacta en los costos del país.

Somos un país productor y exportador de sector primario; eso implica que hay que mover volúmenes importantes de bienes y mercaderías. O sea, hay que invertir en toda la infraestructura que soporta la cadena logística: puertos, rutas, caminos, puentes, viaductos, etc. Otro capítulo que está en el debe es la infraestructura urbana asociada a la movilidad, y en ese sentido, necesitamos una nueva “rambla de Montevideo”, un proyecto que nos permita transformar la ciudad y a la vez mejorar la calidad de vida de sus habitantes, generando una profunda transformación del sistema de transporte.

¿Cuáles son las herramientas necesarias para fomentar la inversión en infraestructura, y así desarrollar la matriz productiva?

Las herramientas están, casi no hay que tocar nada, es solo dirigir bien los esfuerzos y empoderar a las personas claves. Se deberían elegir ciertos proyectos, ponderando la importancia para el desarrollo de la matriz productiva, poner un responsable capaz y comprometido y ‘darle duro’ con las herramientas ya disponibles -PPP, concesiones, contratos Crema, etc-.

¿Cómo evalúa lo que está haciendo la actual administración de gobierno en ese sentido? ¿Qué se ha hecho de positivo y qué falta por hacer y no se ha hecho?

Están administrando una situación nunca antes vivida y están sabiendo estar a la altura del desafío. Mi sugerencia, mi pedido, es que atiendan a los niveles de inversión y no dejen caer la misma. Claro que atendiendo los indicadores macroeconómicos, pero jugando con todas las herramientas disponibles y mucha creatividad. Hay que invertir... no importa si el gato es negro o blanco, ¡pero que sepa cazar ratones!

netpc

LA MÁS AMPLIA LÍNEA
EN SOLUCIONES DE
TELETRABAJO

STOCK DE NOTEBOOKS Y TABLETS

PARA ALQUILAR O COMPRAR



ENTREGA INMEDIATA

ASEGURÁ LA CONTINUIDAD DE TU NEGOCIO

STORE **EDUARDO ACEVEDO** Eduardo Acevedo 1635.

STORE **AV. URUGUAY** Avenida Uruguay 1845.

STORE **SHOPPING PUNTA CARRETAS** Nivel 2.

STORE **SHOPPING COSTA URBANA** Ala Sur, PB.



FONO VENTAS 0800 6 800



WWW.NETPC.UY

Recuperación a largo plazo

La pandemia tuvo consecuencias negativas en lo que respecta al agro y se espera que su incidencia siga generando dificultades para el sector en los próximos tiempos. Sin embargo, se proyecta un repunte en el largo plazo. En ese sentido, la esperanza está puesta en la vacunación a nivel mundial y su consiguiente inmunidad al covid-19.

¿Cómo vislumbra el futuro del sector agropecuario en el mediano y largo plazo?

El sector agropecuario está integrado a un sistema de agronegocios que va desde los proveedores de insumos hasta el consumidor final. El futuro de la fase primaria, donde se producen las materias primas de la fase industrial, está muy ligado a lo que suceda con la demanda.

Uruguay, país agroexportador por excelencia, depende mayoritariamente de la demanda internacional, donde China se ha transformado en los últimos años en nuestro principal comprador. Por lo tanto, lo que pase con esta potencia tiene gran incidencia en lo que suceda con el sector agropecuario.

El efecto de la pandemia ha tenido consecuencias negativas para el año 2020. Las exportaciones, a noviembre, descendieron un 10,5%, de acuerdo a lo informado



por Uruguay XXI. Teniendo en cuenta las zonas francas, la caída fue de un 13,7%. Esto se explica principalmente por las me-

nores colocaciones en China y zonas francas, que bajaron sus solicitudes de carne y lácteos, aunque incrementaron las de

madera, lana y cuero.

Si bien en el mediano plazo la incidencia de la pandemia seguirá marcando una baja en la demanda y, en consecuencia, una baja en las exportaciones y dificultades para el sector, en el largo plazo es

“Las exportaciones, a noviembre, descendieron un 10,5%, de acuerdo a lo informado por Uruguay XXI. Teniendo en cuenta las zonas francas, la caída fue de un 13,7%”.

esperable una recuperación, dado que los stocks mundiales han bajado y las necesidades de alimentos seguirán creciendo al influjo del aumento de la población y la recuperación de los mercados y el poder adquisitivo de la población.

¿Cuáles son los desafíos en tiempos de pandemia?

Hasta que no se generalice la vacunación a nivel mundial, acompañada de una mayor inmunidad grupal –mal llamada de rebaño–, tendremos dificultades, tanto por la baja de demanda externa, como por la disminución de turistas, que son importantes consumidores de nuestras carnes y lácteos.

A nivel nacional, a pesar de la pandemia, es necesario seguir abriendo mercados, basados en el prestigio y la seriedad de nuestro país. A nivel micro, el desafío está en gestionar las empresas como en épocas de crisis, bajando costos, tratando de ser eficientes e innovadores.

Si la situación se prolonga, las medidas que el gobierno pueda implementar para apoyar a las empresas son fundamentales, desde la presión tributaria a la extensión del seguro de paro parcial.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene el

sector agropecuario para transitar esta nueva dinámica de trabajo y de prestación de servicios, que deviene tras la aparición del covid-19?

La producción primaria, a cielo abierto, con facilidades para el distanciamiento social, ha permitido que la máquina productiva de carne, lana, leche y granos se haya mantenido en funcionamiento sin contratiempos.

A nivel industrial, si bien se están tomando todos los recaudos, la llegada del virus a los frigoríficos y a otros complejos agroindustriales va a traer dificultades en la colocación de nuestros productos.

En contrapartida, ¿cuáles son las amenazas que ve en el horizonte en un escenario mundial, regional y local complicado?

La principal amenaza está en la prolongación de esta situación que obliga al confinamiento, porque esto atenta contra el consumo de productos con alto valor agregado, como el que se da en restaurantes, hoteles y cruceros. Es decir, una baja de la demanda de los productos que vende Uruguay.

Por otro lado, el aumento del desempleo y la disminución del poder adquisitivo también atentan contra el consumo, ya sea a nivel nacional, regional o mundial.

“A nivel nacional, a pesar de la pandemia, es necesario seguir abriendo mercados, basados en el prestigio y la seriedad de nuestro país”.

¿Cómo ve las acciones que ha llevado a cabo esta administración de gobierno de cara al campo? ¿Cuáles destacarías y qué queda por hacer y no se ha hecho?

Al problema de la pandemia al campo se

le sumó la falta de lluvias, por lo tanto, las acciones del gobierno son claves para poder sortear este difícil momento.

El gobierno está haciendo todo lo posible para manejar la crisis, tomando medidas para atender las demandas de todos los sectores, atacando puntualmente los problemas de cada subsector, sin acciones generales.

Se pueden destacar aspectos puntuales, como la rebaja del 18% en la contribución inmobiliaria para departamentos afectados por la sequía, o la extensión de

“La principal amenaza está en la prolongación de esta situación que obliga al confinamiento, porque esto atenta contra el consumo de productos con alto valor agregado, como el que se da en restaurantes, hoteles y cruceros”.

los plazos de vencimientos para deudores de hasta US\$ 200.000 por seis meses en el Banco República y los beneficios en UTE que se habían originado del gobierno anterior, entre otras acciones.

La declaración de emergencia agropecuaria por la sequía permite poner en práctica una serie de medidas fundamentales para ayudar a pequeños y medianos productores.

Si bien todavía no se ven los resultados, la preocupación por combatir el abigeato y el patrullaje del Ministerio de Defensa en las zonas fronterizas, resultan de gran importancia para el sector.

Estamos en tiempos difíciles, tenemos un inicio del año 2021 complicado, pero somos optimistas y esperamos el comienzo de la recuperación para el segundo semestre.

Mejorar la competitividad y no caer en monopolios

El ejecutivo establece que el 2021 se presenta desafiante para la compañía en varios frentes. Hace hincapié en la necesidad de promover la competencia interna en el Puerto de Montevideo para así mejorar la competitividad y habla de la responsabilidad de una mayor fiscalización por parte de la ANP de los estándares operativos que hay entre los distintos actores de la terminal portuaria.

¿Cuáles son los planes de Montecon y dónde pondrá énfasis la empresa en lo que respecta a su gestión en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo?

El año que viene se nos presenta como un período por demás desafiante. Por un lado, la necesidad de seguir asegurando la continuidad operativa del Puerto de Montevideo en el marco de la presente pandemia. Por otro, seguir avanzando en mejorar nuestros procesos atendiendo a las distintas necesidades de nuestros clientes. Tenemos planes concretos de más inversión en equipamiento e infraestructura que esperamos poder concretar durante el 2021.

¿Cuáles son los desafíos que tiene por delante el sector del que forma parte Montecon en el Puerto de Montevideo en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve en el horizonte ante este nuevo escenario?



El 2020 estuvo signado por la aparición de un cisne negro que nos obliga a una profunda reflexión: quien más rápido y mejor avance en la digitalización de sus procesos de negocio, mas chance tendrá de sobrevivir.

El Puerto de Montevideo tiene grandes desafíos y amenazas. El principal desafío es mejorar su competitividad y, a nuestro juicio, eso se sustenta en fomentar la competencia interna, permitiendo inversiones tanto en equipamiento como en infraestructura que permitan mejorar la productividad y, por ende, bajar costos operativos que se traduzcan en tarifas más competitivas. La principal amenaza esta ligada a lo anterior, esto es caer en monopolios -“de hecho”- privados que dejen de rehén a todo el comercio exterior uruguayo.

“Hoy son muchas las herramientas tecnológicas disponibles que todos los puertos del mundo aplican, no hay que inventar nada, solo comprender qué y cómo lo hacen los mejores. Dejarnos de eternos diagnósticos y consultorías y ejecutar”.

En su opinión, ¿cuáles son las mayores necesidades que tiene el Puerto de Montevideo en lo que refiere a infraestructura, ya sea en materia de instalaciones como tecnológica, u otro tipo?

El Puerto de Montevideo, antes que más obras, necesita optimizar las obras que ya ha realizado. A modo de ejemplo, no se explica un muelle C/D que hoy sea utilizado para amarre de pesqueros o sólo para carga de rolos. El puerto tiene que fomentar el mejor uso de sus recursos escasos a través de inversión en el mejor equipamiento disponible que permita optimizar su uso, y esto es responsabilidad del sector privado

Es cierto que hay varios proyectos en desarrollo que van a significar mejoras sustanciales, tales como el nuevo puerto pesquero de Capurro, o el ordenamiento del tráfico interno. Pero aún estamos en el debe en temas tales como gates automáticos, sistema de agendamiento para el ingreso de camiones, etc.

¿Qué otras herramientas son necesarias para fomentar un mayor desarrollo del Puerto de Montevideo?

Hoy son muchas las herramientas tecnológicas disponibles que todos los puertos del mundo aplican, no hay que inventar nada, solo comprender qué y cómo lo hacen los mejores. Dejarnos de eternos diagnósticos y consultorías y ejecutar.

Un tema del cual mucho se habla y acá aun está por implementarse es lo que se conoce como Port Community System (PCS), esto es, una plataforma tecnológica para la gestión de solicitudes y prestación de los distintos servicios portuarios de forma inteligente, donde todos los actores -tanto privados como públicos- interactúan, facilitando gestiones y procesos. Entiendo que es un tema que está en la órbita del Inalog, y que no es nada novedoso en el mundo, hay mucha oferta el respecto, pero acá aún estamos en el debe.

Pero también hay que avanzar en incorporar otras herramientas disruptivas como los son Internet de las Cosas, herramientas de reconocimiento facial y tratamiento de imágenes, inteligencia artificial, etc. En Montecon ya hemos incorporado varias de estas herramientas a nuestros procesos.

¿Cómo evalúa lo que está haciendo la actual administración de gobierno en ese sentido? ¿Qué se ha hecho de positivo y qué falta por hacer y no se ha hecho?

La actual administración ha impulsado positivamente algunos proyectos en curso -Capurro, terminal de celulosa de UPM, viaducto-, pero aún hay mucho por hacer. El dragado a 14 metros anunciado será importante, pero antes que eso hay que resolver temas más concretos, como por ejemplo completar la demolición de los freus del dique de cintura para permitir una más segura maniobra de entrada de los grandes buques a las dársenas interiores. También debería trabajar con mayor foco en temas de seguridad y salud ocupacional y en temas ambientales. Hoy, los estándares

operativos entre los distintos actores del puerto son muy dispares y es necesaria una mayor fiscalización y liderazgo de la ANP (Administración Nacional de Puertos) al respecto.

“Los estándares operativos entre los distintos actores del puerto son muy dispares y es necesaria una mayor fiscalización y liderazgo de la ANP al respecto”.

¿Algo más para agregar?

En lo general, remarcar la responsabilidad con que toda la comunidad portuaria, empresas y trabajadores, se han manejado en el marco de esta pandemia, logrando mantener las operaciones preservando la salud de las personas.

En lo particular, destacar la rebaja de tarifas que hemos realizado en el suministro de frio al sector de los contenedores reefer, lo que demuestra que toda vez que se nos permita invertir y mejorar nuestra estructura de costos, Montecon esta dispuesto a compartir dichas mejoras con sus clientes. En este caso, a raíz de una muy fuerte inversión en nuevos andenes reefer que nos permitieron mejorar nuestra matriz energética, pasando de gas oil a energia eléctrica.

Tambien marcar nuestro permanente foco en temas de seguridad y salud ocupacional, preservación del medio ambiente y políticas de género, en los que Montecon, aún con mucho terreno por avanzar, es referente en el quehacer portuario.

Finalmente, destacar nuestra convicción que el actual gobierno va a continuar la ya instaurada politica de Estado y que ha trascendido distintas administraciones respecto a defender la Ley de Puertos, y con ella la libre competencia entre privados. Es un tema que a nuestros accionistas, tanto chilenos como canadienses, les preocupa y que están siguiendo muy atentamente.

Cumplir para crecer

El ejecutivo abogó por el cumplimiento de la normativa portuaria como premisa fundamental para el desarrollo de inversiones a largo plazo. A su vez, remarca que el cumplimiento de los protocolos es la herramienta fundamental para la continuidad eficaz del rol que tiene el sector en la economía del país.



cambio, el mismo no se realiza y se va hacia otro puerto competidor.

¿Qué otras herramientas son necesarias para fomentar un mayor desarrollo del Puerto de Montevideo?

El Puerto de Montevideo debe alinear las operaciones a su normativa, lo que es fundamental porque desde hace varios años se fue apartando de la misma y hoy es una necesidad imperiosa. Se debe cumplir con lo que establece la normativa portuaria en su totalidad y no como ha sucedido, según convenga. Esta es la premisa fundamental para el desarrollo de inversiones importantes cuyo retorno requieren estabilidad de largo plazo.

¿Cómo evalúa lo que está haciendo la actual administración de gobierno en ese sentido? ¿Qué se ha hecho de positivo y qué falta por hacer y no se ha hecho?

En el primer año la administración se encontró con la pandemia desde el minuto cero. Esto, esto sin duda, modifico todos los planes de las autoridades, que han estado a la altura de las circunstancias, entendiendo, planificando y decidiendo. En materia portuaria destacamos las iniciativas relativas a la profundización del canal y los avances en las obras de infraestructura en marcha. Respecto a lo que queda por hacer, creo que es necesario comenzar a regularizar las actividades.

¿Algo más para agregar?

Para finalizar simplemente desearle a todo el mundo que el 2021 nos traiga la esperanza de volver a la normalidad. Que podamos recuperar parte de la libertad perdida y poder disfrutar de la alegría de compartir con nuestros amigos y seres queridos. Por último, mi mayor reconocimiento al personal de la salud y a todas las personas que están involucradas en el cuidado de la salud de todos los uruguayos; a ellos nuestro agradecimiento.

¿Cuáles son los planes que tiene TCP y dónde pondrá énfasis en lo que respecta a su gestión en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo?

El 2021 se presenta como un año con planes que fueron cambiando lo programado y que son la continuidad de los importantes desafíos que el año 2020 nos planteó. El énfasis estará en mantener las mejores condiciones de seguridad que nos permita brindar altos estándares de eficiencia a nuestros clientes y al comercio exterior del país.

¿Qué desafíos tiene por delante el sector del que forma parte TCP en el Puerto de Montevideo en tiempos de pandemia, y cuáles son las amenazas que ve en el horizonte ante este nuevo escenario?

El sector se encuentra con el desafío de mantener la conectividad del país en materia de cargas de importación, exportación y tránsito. Para esto, el cumplimiento de nuevos protocolos de trabajo, su revisión permanente, la comunicación y entrenamiento nos impone el gran desafío de todos los integrantes de la cadena a adaptarnos a la nueva realidad, pero también con la conciencia clara de que el cumplimiento de los protocolos es la herramienta fundamental para la continuidad del importante rol que tiene el sector en la realidad económica del país.

En su opinión, ¿cuáles son las mayores necesidades que tiene el Puerto de Montevideo en lo que refiere a infraestructura, ya sea en materia de instalaciones como tecnológica, u otro tipo?

El puerto de Montevideo esta desarrollando importante inversiones en infraestructura que aún no están operativas, y además su construcción genera importantes restricciones y molestias en las operaciones. Pero una vez concluidas las inversiones de la terminal de pesca, la nueva terminal de celulosa, las inversiones en la terminal de graneles, el ingreso del tren y el viaducto serán muy importante para la el puerto. A esto se le deberá sumar el compromiso de dragar a 14 metros que definitivamente es primordial. En cuanto al equipamiento, existe la falsa premisa de que equipos en cualquier lugar es lo que necesita el puerto; eso es un error y para ser concretos con el punto decimos que la ley de puerto prohíbe instalar grúas pórticos por privados en un muelle público. Este tema fue laudado en todos los ámbitos administrativos y jurídicos. Los buques que intercambian la carga de la región y realizan trasbordo son los que le dan sentido y permiten las importantes inversiones en infraestructura y equipos. Si los buques no confluyen en un lugar donde puedan realizar este inter-

GRACIAS 2020!!!

Jamás deseaste tanto empezar un año nuevo y que este termine.
Y tenés razón, pero en vez de enojarte, agradecé.

Gracias 2020!!! porque con todo lo que ha pasado nos hiciste más fuertes, a prueba de malas y peores noticias.

Gracias por ayudarnos a frenar y a mirar las cosas con otros ojos y con optimismo en lo que venga.

Si!!! el 2020 te hizo más fuerte y agradecer es el principio para desear que el año que viene sea mejor.

AGENDAS
Abezeta

Más que nunca, la agenda del año que viene.

Una gran reforma que se vio entorpecida

Si bien la reforma de seguridad social aprobada en 1995 trajo consigo diferentes elementos positivos para el sistema previsional uruguayo, hoy las circunstancias son otras. Uruguay y el mundo piden a gritos transformaciones en ese sentido que se adapten a los nuevos contextos, donde los cambios demográficos son un factor clave.

Los sistemas previsionales en el mundo enfrentan un desafío como pocas veces han tenido desde su creación, y Uruguay no es la excepción. Una de las mayores dificultades del actual régimen en comparación con el resto de la región es el alto déficit que el sistema genera. ¿Cuál es el diagnóstico que hace del sistema previsional uruguayo y cuál es el motivo de ese déficit que mencionamos antes?

No me gusta hablar del déficit de la previsión social. Cuando se habla de déficit es básicamente del que tiene el BPS y de algunas de las otras instituciones, como la Caja Bancaria, la Profesional, la Notarial, la Policial o la Militar. Pero cuando se analiza el déficit del BPS se tienen que separar las prestaciones contributivas de las no contributivas. Uno de los gastos más grandes que tiene hoy es el seguro de desempleo, así como las prestaciones de salud o la administración del Hospital Canzani.

Cuando se habla de previsión social no solo se incorpora al BPS, sino a todos los otros

institutos que mencioné. Esta sumatoria está desfinanciada y es necesario ver cómo corregirlo.

Los expertos hablan de tres conceptos: cobertura -cantidad de gente a la que le llegan las prestaciones-; suficiencia -lo que se recibe por concepto de prestación- y sustentabilidad -si están financiadas o no-. Muy vinculado a esto están los parámetros de los sistemas jubilatorios: uno es la edad de retiro, otro son los años de aporte y otro es la tasa de remplazo.

“Es conveniente pasar a una institucionalidad distinta, de manera que, a medida que ocurren los cambios demográficos o técnicos, no sea necesario ir a una reforma sino que existan fórmulas que sean ajustables según los cambios que se den”.

Con la reforma de 1995 comenzó a aplicarse la primera transferencia de fondos a las cuentas de los aportantes del sistema de capitalización; esto se hizo en junio de 1996. Ya hay historia de las cuentas laborales. Lo que antes significaba tener que demostrar los servicios, hoy es ver aportes que están registrados a nombre individual. Cada trabajador puede saber cuánto tiene aportado. El BPS también tiene la información del saldo de la cuenta de cada afiliado.

La realidad actual del mundo del trabajo exige una reforma del sistema de seguridad social. ¿Cuáles deberían ser los aspectos esenciales de dicha reforma? ¿Qué transformaciones deberían darse para que el mismo sea sostenible?

Hay dos aspectos: uno es el de justicia y equidad, y otro el aspecto de economía política. En el primero podemos tener un arquitecto; este se puede jubilar por la Caja Profesional, al que le corresponda por la Caja Policial o por las Fuerzas Armadas -si ha brindado servicios- o puede seguir trabajando en el amparo del BPS. Hay una discriminación muy grande, porque el jubilado del BPS no puede trabajar en otra cosa dentro del mismo. Una segunda discriminación son los montos jubilatorios, así como los años o las tasas de remplazo. Eso hay que corregirlo.

Eliminar los institutos ahora es imposible. Si las reformas de seguridad social son difíciles de poner en práctica, muchos más difíciles son si se quiere eliminar o cambiar los otros cinco institutos. En la reforma del año 1995 ya se incluía la necesidad de reformar los otros institutos. Es más, se enviaron algunos proyectos de ley relacionados y no fueron aprobados, algunos ni fueron considerados, porque era tan grande el esfuerzo por llevar a delante la reforma del BPS que las energías políticas necesarias lo hicieron inviable.

Los cambios del 2008, por tratar de arreglar algunos temas como el de los cincuentones, terminaron en una muy mala solución que empeoró el sistema y que, agregado al aumento de las jubilaciones justificadas por testigos, así como también el aumento de jubilaciones por discapacidad, llevaron a un crecimiento muy grande de las jubilaciones. La reforma de 1995 fue muy buena, pero después hubo cambios que la entorpecieron.

¿Cuál es el mejor modelo que vislumbra para nuestro país teniendo en cuenta la dinámica demográfica?

El tema previsional es complejo en el mundo, y esto se debe, en parte, al cambio demográfico. Vivir más tiempo implica que la persona que se jubila a los 60 años tenga una expectativa de vida de 20 años más. Entonces, en vez de financiar jubilaciones por 12 años, son de 20 a 25 años.

Un segundo tema que está influyendo es el cambio tecnológico. La pandemia implicó un crecimiento del teletrabajo y esto tiene un impacto grande en el sistema laboral y previsional. Otro es la informalidad: al no aportar no se tiene seguro previsional o se accede cuando se cumple determinada edad. Además, las proyecciones de la cantidad de ciudadanos en Uruguay en vez de aumentar va a decrecer, vamos a tener menor población, es decir, menor cantidad de aportantes.

Es conveniente pasar a una institucionalidad distinta, de manera que, a medida que ocurren los cambios demográficos o técnicos, no sea necesario ir a una reforma sino que existan fórmulas que sean ajustables según los cambios que se den. Adicionalmente sería bueno tener en el gobierno una unidad especializada en el tema previsional, es decir, una superintendencia previsional que mida todos los institutos, porque el BPS no tiene potestades sobre ellos. El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social tiene esa potestad, pero no tiene la capacidad ni los recursos para actuar en ese rol.

¿Qué valoración hace del régimen mixto aplicado desde hace casi 25 años en Uruguay?

Partimos de la base de que los aportes a la seguridad social son altos y no podemos aumentar los impuestos a la mano de obra porque la hacemos más cara y seguimos disminuyendo la capacidad competitiva de Uruguay. El primer pilar solidario -el BPS- debería existir a lo largo de todos los sistemas y tiene que ser complementado por un sistema de ahorro. Esto ha sido bastante exitoso si miramos la rentabilidad que ha tenido en estos 25 años.

Hoy tenemos básicamente dos fondos de capitalización: uno general para las personas de hasta 55 años, y otra para los mayores de esa edad, con un menú de inversiones más conservador, como depósitos bancarios. Pero es necesario agregar otro fondo, especialmente para la gente más joven, para que invierta más en activos u

oportunidades riesgosas, pero con un horizonte de 20 a 25 años, porque la rentabilidad será mayor.

Hay una necesidad de crear un nuevo fondo que permita invertir en activos de mayor riesgo o fideicomisos. Un tema que es difícil de discutir en Uruguay es la inversión en el

“Un tema que es difícil de discutir en Uruguay es la inversión en el exterior. Lamentablemente, acá hoy no hay suficientes proyectos para invertir, o al menos que tengan la calificación de riesgo adecuada”.

exterior. Lamentablemente, acá hoy no hay suficientes proyectos para invertir, o al menos que tengan la calificación de riesgo adecuada. El país tiene entre US\$ 13 millones y US\$ 14 millones que no puede invertirlos localmente. Creo que es bueno invertir en acciones de empresas o en conjunto en un fideicomiso que incluya varias empresas, todas con calificación de riesgo.

El futuro pasa por una mayor participación

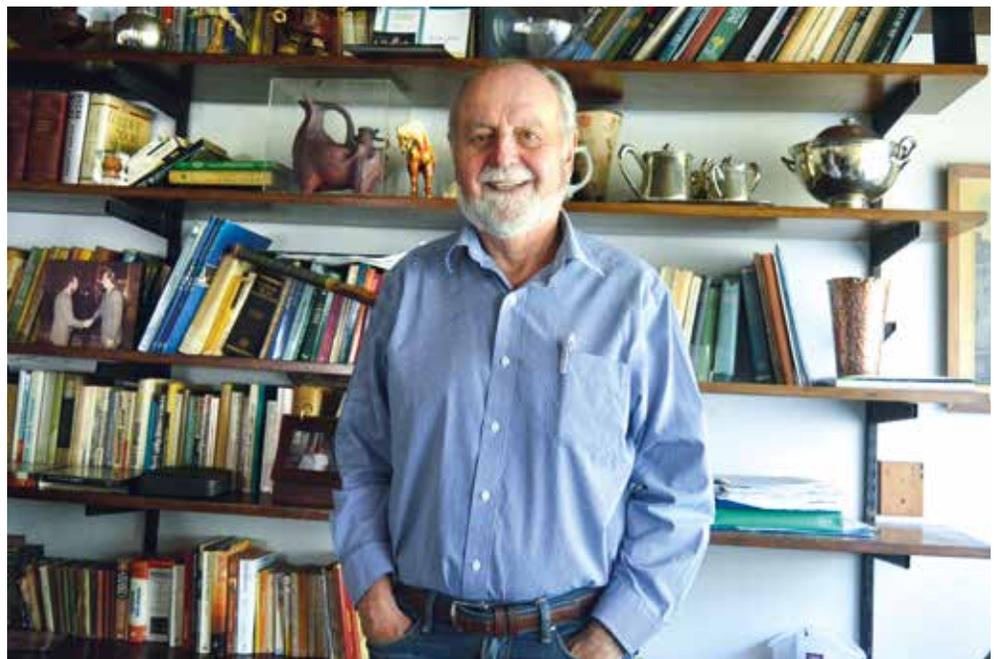
de los pilares de capitalización que haga inversiones. Muchos países que tienen sistemas más desarrollados y sustentables van por el lado de aumentar la participación de estos sistemas.

¿Qué valoración hace de la etapa de desacumulación donde el único actor es el BSE?

Cuando cumplís con los requisitos para jubilarte es posible hacerlo por el pilar de capitalización y seguir trabajando en el BPS. Se puede ir con el capital y comprar una renta vitalicia pero solo se puede ir al BSE. Es decir, que hoy solo hay una única forma de obtener la prestación por el sistema de capitalización, no hay otros jugadores.

Si bien ahora se creó la Unidad Previsional para que las compañías aseguradoras no estuvieran descalzadas, porque no tenía cómo invertir en papeles que tuvieran el mismo riesgo de moneda con el que tienen que pagar las jubilaciones, esto sigue siendo estatal. Hay que ver otros mecanismos para facilitar la renta o la jubilación desde el pilar de capitalización.

Sería muy importante que el BPS tenga el mismo menú de inversiones de las AFAP: separado en un fideicomiso. Cuando el dinero de la futura jubilación se utiliza para comprar una renta vitalicia, entra en la masa de dinero del banco, no está separado. Si bien está separado contablemente, si hubiera una crisis del BPS podría arrastrarse todo. Creo que ahí hay un tema de seguridad que es necesario corregir.



Un sector logístico con fortalezas

Destaca que la continuidad del comercio internacional es uno de los logros del país durante la pandemia, lo que le permite ser optimista de cara al futuro. A la hora de resaltar las fortalezas del sector logístico, remarca, en primer término, la reputación de sus operadores y del país; y en segundo lugar, la calidad técnica de sus recursos humanos.

¿Cuáles son las expectativas que tiene para el sector logístico uruguayo –en sus diversas áreas- en 2021, teniendo en cuenta el contexto por el que atraviesa el país y el mundo, como así también la desaceleración mundial de la economía?

En principio cabe recordar que el intercambio

de mercaderías, ya sea por vía marítima, fluvial y terrestre, se mantuvo sustancialmente a pesar de la pandemia. No así a través de la vía aérea, que sufrió –en lo que a carga refiere– una merma mayor. Eso permitió que, a pesar del covid-19, el sector logístico continuara con cierto dinamismo, aunque con un retraso relativamente importante con respecto a periodos anteriores. Es por ello que la desaceleración que inevitablemente sufrió está más asociada al parate a nivel mundial que a factores internos. Todos sabemos que nuestro país ha sorteado con mucho éxito –al menos hasta ahora– los efectos más negativos de la pandemia, y entre ellos es, justamente, la pervivencia del comercio internacional –tal y como se venía dando– uno de esos logros. En ese sentido, con la cautela correspondiente y ad referendum de la evolución o involución de la pandemia, entiendo que cabe ser optimistas.

¿Cuáles son las fortalezas que tiene el sector logístico para transitar esta nueva dinámica de trabajo y de prestación de servicios, que deviene tras la aparición del covid-19?

Las fortalezas del sector logístico uruguayo, que le permiten transitar esta situación de crisis con cierta ventaja son muy claras. En primer término, la reputación de sus operadores y del país; la imagen de Uruguay como país serio, donde las reglas del juego se cumplen y se mantienen más allá de los cambios circunstanciales de autoridades gubernamentales, la seguridad jurídica. Y en segundo lugar, pero no menos trascendente, la calidad técnica de sus recursos humanos.

En contrapartida, ¿cuáles son las amenazas que ve en el horizonte en un escenario mundial, regional y local complicado?

Como en toda situación de crisis global, el gran peligro es que se rompan los equilibrios y se dejen de respetar a nivel internacional las

“Nuestro país ha sorteado con mucho éxito –al menos hasta ahora– los efectos más negativos de la pandemia, y entre ellos es, justamente, la pervivencia del comercio internacional –tal y como se venía dando– uno de esos logros”.

reglas de juego y normas jurídicas que las contemplan. Para un país como el nuestro, tomador de decisiones, cualquier situación que altere ese debido equilibrio pone en riesgo todo su comercio exterior.

¿Cómo ve las acciones que ha llevado a cabo esta administración de gobierno de cara al sector? ¿Cuáles destacaría y qué queda por hacer y no se ha hecho?

Hasta ahora el Gobierno nacional, con las tendencias limitantes impuestas por la pandemia, viene cumpliendo todo lo que prometió en la campaña electoral en ese pacto o contrato social que el programa ofrecido a la ciudadanía implicó. Por supuesto que queda muchísimo por hacer, pero esta es una carrera de maratón a cinco años, y recién ahí habrá que medir los resultados.

¿Algo más para agregar?

Simplemente reafirmar la confianza en nuestras propias fuerzas, nuestros recursos y nuestra gente. Si logramos una sinergia absoluta entre todos estos tópicos, seguramente podremos sortear más rápido y de mejor manera esta crisis global y nacional.



REGALÁ FLOW BOX

\$699
POR MES

SIN COSTO DE INSTALACIÓN

EN ESTAS FIESTAS,
REGALÁ LO QUE REGALA
UN INFLOWENCER.
REGALÁ FLOW BOX.
FLOW EN EL TELEVISOR
Y EN TODOS TUS DISPOSITIVOS.



2619 7000

flow 



PRODUCTO SUJETO A DISPONIBILIDAD TÉCNICA Y GEOGRÁFICA. PROMOCIÓN VÁLIDA SOLO PARA NUEVOS CLIENTES QUE CONTRATEN EL SERVICIO FLOW VERSIÓN BOX (STAND ALONE), VÁLIDA DESDE EL 01/12/2020 AL 31/1/2021 INCLUSIVE O HASTA AGOTAR STOCK. DÍAS DEL MES DE CONEXIÓN SIN COSTO Y LOS SIGUIENTES 12 MESES A \$699. CONTRATO POR 1 AÑO. PRECIO DE LISTA AL 01/12/2020: \$989 FINALES. PRIMER DECO SIN COSTO DE CONEXIÓN. DECODIFICADOR FLOW BOX EN COMODATO. PARA CONTRATAR FLOW VERSIÓN BOX ES NECESARIO CONTAR CON SERVICIO DE INTERNET DE ANTEL CON UN PLAN DE FIBRA ÓPTICA BÁSICO O SUPERIOR.

De la incertidumbre a la cautela

Los representantes de las principales asociaciones vinculadas al mercado automotor de nuestro país coinciden en que el 2020 fue un año de muchos desafíos para el sector, aunque también han rescatado una gran cantidad de elementos positivos. Autos para todos los gustos y perfiles de nuevos consumidores, inversiones, cambios en la economía y un público cambiante en medio de la pandemia por covid-19, obligan a las diferentes firmas a mejorar en la carrera por el liderazgo.



Para conocer de primera mano la realidad del mercado automotor, Empresas & Negocios dialogó con Gustavo Quartino, gerente de Vehículos Comerciales de Autolider y presidente de la Asociación del Comercio de Uruguay (ACAU); Ricardo Arotxarena, presidente de la Asociación de Concesionarios de Marcas de Automotores (Ascoma); Santiago Tarallo, gerente de Marketing de Curcio Capital; Claudio D'Agostini, gerente General de General Motors; Matías Lagarmilla, gerente General de Julio César Lestido; Pablo Ramos, director de Operaciones de Grupo Santa Rosa; y Guillermo Arrieta, director de Zenex. Los representantes de las firmas y asociaciones realizaron un repaso de las vivencias de este 2020, presentaron los cambios que trajo aparejado este año tan particular y dan su visión de lo que se espera de los tiempos venideros así como también cómo están preparados para el futuro cercano.

Los datos vertidos por Gustavo Quartino, en su rol de gerente de Vehículos Comer-

“Autolider termina bastante mejor que las previsiones de abril, que no eran tan optimistas”, dijo Quartino.

ciales de Autolider, dan cuenta de que en los primeros dos meses del año las cifras de

ventas fueron parecidas a las del 2019; sin embargo, ya en abril, con el advenimiento de la pandemia, el mercado cayó un 52% respecto al año anterior. En ese sentido, reconoció que la incertidumbre se instaló en cuanto al comercio, producción y provisión. Pero de mayo a octubre la tendencia de crecimiento en el mercado acompañó la mayor actividad que se ha venido verificado en el país. “Se termina bastante mejor que las previsiones de abril, que no eran tan optimistas. Si vemos el medio vaso lleno y de forma positiva, en circunstancias muy difíciles se están logrando los objetivos que se fijaron luego de declarada la pandemia”, aseguró. Por su parte, Santiago Tarallo, gerente de Marketing de Curcio Capital, en la misma línea recordó que el 2019 había sido el peor de la última década en materia de comercialización de vehículos. Dentro de ese panorama, y la suma del covid-19, “es bueno decir que la reactivación del mercado se dio rela-

tivamente rápida llegando a fin de año con volúmenes de venta similares o hasta mayores que el 2019; por ese lado hay expectativa y entusiasmo”, dijo el entrevistado.

Tarallo afirmó que gracias a estrategias tomadas por parte del directorio de la compañía, liderado por el presidente, Alejandro Curcio, se pudo atravesar los primeros meses de la crisis con resultados excelentes desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo. “Creo que al correr del año el grupo pudo mostrar con acciones y resultados que en los momentos de crisis no se paralizó con miedo, sino que buscó siempre la oportunidad de acompañar a los clientes”, expresó.

El gerente de Marketing considera que se han cumplido las expectativas y lo que más dejó este año fue un sentimiento de agradecimiento a los clientes.

Desde General Motors (GM), su gerente general, Claudio D’Agostini, aseguró que si bien el 2020 los marcó con hechos negativos vinculados a la emergencia sanitaria y la pérdida de varias personas en consecuencia, por otro lado, fue un año que marcó los mejores resultados para la compañía en las últimas décadas. Un ejemplo de esto es el crecimiento (11%) de la participación de Chevrolet en el mercado, como así también los lanzamientos de nuevos productos, el crecimiento de ventas del modelo S10, el lanzamiento de OnStar y la modernización de la comunicación digital, entre otras cosas. Es por esto que D’Agostini indicó que, en lo que respecta a GM, han excedido las expectativas y objetivos. “Esto en todos los aspectos: ventas, rentabilidad y atención a clientes. En 2020 la operación de GM en Uruguay fue un referente para nuestras filiales en Sudamérica”, remarcó.

El gerente general de Lestido, Matías Lagarmilla, explicó que las marcas que representan se comportaron siguiendo la tendencia del mercado, manteniendo su market share planificado. Con los datos de ventas hasta noviembre de este año, Volkswagen sigue siendo la marca líder en el segmento de automóviles y comerciales livianos. Audi mantiene una excelente performance en el segmento premium y Volkswagen camiones y buses también conserva una posición de liderazgo considerando los segmentos.

Por otra parte, dijo que respecto a lo que se planificaba en diciembre del año pasado no se lograron los objetivos. “El mundo cambió en el primer trimestre de este año, y con esto cambiaron también nuestras expectativas”, afirmó. Al comienzo de la pandemia lo más

relevante fue asegurar el funcionamiento de la empresa. Posteriormente, el desafío fue acompañar un crecimiento no previsto, y sobre el último trimestre, consolidar nuevamente los niveles de stocks acordes a la demanda. “Podemos pensar que hemos cumplido con las metas de corto plazo que nos vamos fijando”, subrayó.

Pablo Ramos, director de Operaciones de Grupo Santa Rosa, dijo que a pesar de las adversidades, el mercado mostró una rápida recuperación, superando las expectativas de los representantes del grupo, viéndose reflejado en la oferta de productos. “En otras palabras, el escenario fue más favorable de lo que se esperaba frente al actual contexto”, aseguró.

Alineado a lo dicho por el resto de los entrevistados, Ramos comentó que se modificaron las expectativas iniciales. Las primeras se diseñaron en el último trimestre del 2019. Posteriormente, ante la llegada del covid-19 al país, se replantearon los objetivos anuales, contemplando las presentes circunstancias. “Sin embargo, a pesar de los pronósticos, las nuevas expectativas post-pandemia se lograron superar”, afirmó.

En el 2019 el 72% de vehículos de pasajeros que vendió Toyota fueron híbridos y en el 2020 el 92%, informó Tarallo.

Por otra parte, el director de Zenex, Guillermo Arrieta, sostuvo que es posible decir que se cerrará un año relativamente bueno. “De cualquier manera, las ventas van a cerrar en el entorno de un 18% menos respecto al año pasado. Llevamos 24 meses de ventas menguadas, en las que tenemos que retrotraernos al 2009 para encontrar números más bajos”, explicó. En cuanto a si se cumplieron las expectativas propuestas, dijo que si se miran las de hace un año atrás, no. “Pero la proyección que podíamos hacer en los meses de marzo y abril es sustancialmen-

te menor a como está terminando el año”, añadió el director de Zenex.

Los segmentos más activos

En Autolider, el segmento más activo es el de automóviles de alta gama, al punto de que actualmente no están pudiendo satisfacer la demanda de pedidos porque las fábricas no tienen capacidad suficiente. Según Quartino, eso se explica porque hay dinero disponible y reservas de determinado segmento de clientes que normalmente lo invierten en actividades como viajes, negocios inmobiliarios o empresariales, y que en la medida que ha habido restricciones, ese capital se volcó a la compra de automóviles de alta gama.

En cuanto a los vehículos comerciales, el segmento de camiones de más de seis toneladas de peso es donde se está en condiciones de superar los números del 2019.

En lo que respecta a Ajax el segmento de vehículos de pasajeros es el más activo, con tendencias sobre los vehículos hatch y el crecimiento a nivel mundial de las SUV. En ese sentido, los vehículos de pasajeros Suzuki son la marca más vendida de los últimos siete años. “Teniendo en cuenta que es una marca extra zona, con lo que ello implica a nivel arancelario, es un logro que nos motiva mucho”, dijo Tarallo.

Por otro lado, con Toyota siendo relevante en todos los segmentos donde participa tiene el liderazgo absoluto en venta de vehículos híbridos. A tal punto que en Uruguay está completamente por encima de la media de la región en su mix de ventas. En 2019 el 72% de vehículos de pasajeros que vendió fueron híbridos, y en el 2020 esa cifra creció al 92%, según los representantes de la marca.

El Nuevo Onix es un verdadero éxito de ventas para GM, lo mismo pasa con la nueva Tracker y ahora con la recién lanzada Silverado. A su vez, las ventas de S10 este año tuvieron un crecimiento por encima de un 30% comparado con 2019. En otro segmento, el nuevo Joy tiene una gran demanda y se logró mantenerlo a un precio muy competitivo, según el ejecutivo de GM.

Para el representante de Julio César Lestido, por su parte, la actividad es bastante homogénea en todos los segmentos, con un buen nivel de actividad. Al comienzo de la pandemia, desde la firma se pensó que podía darse una retracción en el segmento de camiones, sin embargo esto no ocurrió. Hubo factores en el agro, en la ganadería, en obras civiles,

proyectos de inversión, que promovieron la compra de este tipo de vehículos. En el segmento de autos se podría haber dado una reducción en la performance del segmento de entrada, es decir, el de los “autos chicos”; sin embargo, esto tampoco ocurrió.

En lo que respecta a Santa Rosa, el segmento de las SUV y las pequeñas pick ups son los que han registrado un crecimiento sostenido, al igual que los sedanes, que están demostrando, además, una moderada recuperación por primera vez en varios años.

Para Zenex, el segmento que menos ha caído es el de las SUV. Con los datos hasta noviembre, las ventas de automóviles disminuyeron un 22%, mientras que las ventas de SUV bajaron alrededor de 6%.

Nuevos consumidores

Los cambios que se dieron durante la pandemia los han tenido que enfrentar todas las empresas. Los negocios se han digitalizado, se han transformado en virtuales y se ha reducido lo presencial. En lo que concierne a Autolider, la información ha sido volcada a sus plataformas digitales y eso hace que los clientes lleguen más informados de los productos. La negociación y proceso de compra se ha digitalizado “y estoy seguro de que no va a tener marcha atrás, y obliga a que las empresas modifiquemos nuestra forma de trabajo”, expresó Quartino.

Al explicar la realidad de Ajax, el cambio más sensible que han notado desde la compañía es la aceptación y la penetración que tuvo la tecnología híbrida en el mercado uruguayo. Hace unos cuatro años atrás la venta de vehículos híbridos era residual y hoy se habla de miles de Toyotas híbridos por las calles uruguayas. “Esto muestra un consumidor maduro frente a las nuevas tecnologías y cada vez más concientizado en temáticas medioambientales”, explicó Tarallo. Aseguró que eso hace redoblar el esfuerzo en Curcio Capital para seguir trabajando en la penetración de más autos amigables con el medio ambiente.

General Motors ha percibido que los clientes están más exigentes y preocupados con la atención en términos de seguridad. Que demandan más en términos de Latin NCAP, por ejemplo, y exigen todos los protocolos de atención sanitaria. “Estos cambios nos desafían a mejorar continuamente y a buscar por nuevos caminos, que es justamente nuestro posicionamiento de marca: Find New Roads”, explicó D’Agostini.

Lagarmilla, de Lestido, comentó que los

cambios “de fondo” vienen ocurriendo desde hace tiempo: clientes con mucha información respecto a los productos. Esto se acentuó con la pandemia, ya que se dirigen con toda la información disponible, de manera de minimizar el tiempo de contacto en el momento de la concreción de su compra. “También se han intensificado mucho todos los contactos virtuales, llegando incluso a la compra on-line”, aseveró.

“En 2020 la operación de GM en Uruguay fue un referente para nuestras filiales en Sudamérica”, sostuvo D’Agostini.

Actualmente, en materia de movilidad, se observa que los consumidores buscan evitar el transporte público como medida de prevención de la enfermedad y, a su vez, se inclinan por automóviles en lugar de las motocicletas, porque los consideran más seguros, explicó Ramos desde Santa Rosa. Por otro lado, destacó que este año muchas personas han modificado sus vacaciones o formas de entretenimiento debido a la pandemia, ahorrando en estos aspectos, por lo que ve una tendencia a invertir dicho dinero en la compra de un medio de transporte más seguro.

Lo que se ha notado en las marcas que comercializan en Zenex es que los compradores de vehículos de mayor valor están más decididos a la hora de comprar. Y quizás, en otras circunstancias, no hubiesen cambiado su auto y sí realizado algún viaje al exterior.

Las expectativas

“Nuestro objetivo es sostener la tendencia que se está evidenciando en esta segunda mitad del año”, indicó el gerente de Vehículos Comerciales de Autolider. “Caímos en un punto muy bajo en abril y mes a mes la tendencia ha ido creciendo. Independientemente de la situación puntual, y que vienen las temporadas en que, tradicionalmente, las ventas bajan,

nuestra expectativa es que se mantenga la tendencia que muestra el mercado y conservar nuestra participación en el mismo”, agregó Quartino.

Los deseos desde Ajax es que en el 2021 se cristalice el repunte del último trimestre y se pueda ver una recuperación del mercado. En cuanto a las marcas, entienden que será un año muy activo, con novedades que van a impactar. “Siempre con el foco puesto en nuestros clientes”, sostuvo Tarallo.

“Queremos seguir creciendo en participación de mercado, pero de manera consistente”, expresó D’Agostini, de GM. Indicó que se trata de ofrecer productos de alta calidad, seguridad, eficientes y económicos. “Deseamos desarrollarnos aún más en el canal digital, vamos a consolidar la ‘Chevrolet Live Store’ y el OnStar. Por otro lado, renovamos nuestro acuerdo con HSBC y estoy seguro de que vamos a hacer nuestros productos cada vez más accesibles al consumidor Uruguayo”.

Lo más importante para Lagarmilla es minimizar los riesgos de contagio entre los colaboradores y clientes para mantener la empresa completamente operativa. Además, desde Julio César Lestido buscan apoyarse mutuamente con los socios estratégicos para conservar todas las cadenas de suministros, continuar con la incorporación tecnológica y ser estrictos en el control financiero. “Y de esa forma estar preparados adecuadamente para una estabilidad que, esperamos, ocurra sobre finales del próximo año”, reflexionó.

“Este año se cerrará con 34.500 unidades vendidas aproximadamente, pero desde el mes de septiembre ya se está observando una reactivación del mercado con volúmenes similares al 2019”, recordó Ramos, de Santa Rosa. Por lo tanto, para el 2021 estiman un crecimiento en el mercado automotor de al menos un 15%, con ventas que alcancen las 40.000 unidades, por lo que se espera recuperar los niveles de comercialización previos a la pandemia, ya que el año pasado, por ejemplo, se alcanzó las 40.600 unidades vendidas.

Arrieta, de Zenex, dijo que es difícil hacer proyecciones bajo este contexto de incertidumbre y que debido a la delicada situación económica, el desempleo que se ha incrementado y la falta de certezas sobre cuánto y cómo se transitará hasta la vacuna, estima que el 2021 será muy similar a este en cuanto a ventas. “En una hipótesis de máxima, volveremos a los valores de 2019, pero la veo difícil”, puntualizó.

En líneas generales

Escenario futuro

El presidente de Ascoma, Arotxarena, explicó que se prevé cerrar el año con 35.000 unidades 0km vendidas, un 15% menos que el año anterior. Esto lleva a que las expectativas para 2021 se tomen con cautela, según dijo, y aseguró que la desaceleración de la economía mundial afectará a todos de alguna manera u otra.

En ese sentido, Quartino, desde su rol como presidente de ACAU, recordó que el año evolucionó desde un panorama muy pesimista y que continúa siendo malo, sobre todo si se toma en consideración que el 2019 ya había sido el peor de la década. “Pero lo que importa analizar es la tendencia, y con ese marco, los meses de mayo a noviembre fueron arrojando mejores guarismos uno tras otro, lo que invita a mirar las cosas con un poco más de optimismo”, afirmó.

Planteó que los datos oficiales de la economía en general, así como el parecer de los analistas y del cerno empresarial, indican que se viene saliendo de la recesión del tercer trimestre, con una caída del PBI segura este año, pero seguida de un crecimiento en los próximos 12 meses, con saldo positivo en el bienio. “Si esto se cumple, y la actividad se puede mantener gracias a las inversiones que el país intenta atraer, deberíamos poder superar lo peor”, reflexionó.

Desafíos

Si bien los desafíos del sector vienen desde 2019 y se incrementaron desde el mes de

marzo a la fecha, reinventarse en el negocio, utilizar y desarrollar aún más los canales digitales, cuidar y adoptar protocolos sanitarios en las empresas y personal, como así también con toda persona que ingresa, es parte de lo que se ha venido transformando. En ese sentido, Arotxarena sostuvo que “con la llegada de la vacuna y el cumplimiento

Quartino explicó que un comercio automotor pujante repercute en forma muy positiva en la economía nacional y, por lo tanto, debe ser de interés para gobiernos y empresas.

de las medidas sanitarias, el horizonte se vislumbraría más positivo. Las amenazas, son el avance de la pandemia, cierre de la economía y el desempleo, entre otras”.

Desde ACAU se entiende que los desafíos son muchos, empezando por la situación laboral y el desempleo a nivel nacional. Además, el índice de confianza del consumidor muestra un nuevo descenso y se mantiene en la zona de pesimismo. “Sabemos por

experiencia que esto obliga a seguir expectantes de las medidas que se puedan tomar localmente y de la aplicación del presupuesto quinquenal que acaba de aprobarse”, remarcó Quartino al respecto.

Agregó que como mercado tomador de precios, se depende de las casas matrices para aplicar mejores condiciones comerciales, “por lo que las negociaciones internas son vitales”. Añadió que también es un desafío la digitalización del contacto con los clientes y la adaptación a grandes cambios en los procesos tradicionales que llegaron para quedarse.

En ese sentido, los entrevistados plantearon que desde el gobierno se tienen muchos frentes que atender. Ambos ejecutivos entienden que en medio de la pandemia —si bien no se han alcanzado las ventas del año pasado— el sector tuvo momentos interesantes de reactivación. Arotxarena dijo que se ve un dinamismo en el sector.

Por su parte, Quartino explicó que un comercio automotor pujante repercute en forma muy positiva en la economía nacional y, por lo tanto, debe ser de interés para gobiernos y empresas. “Esto no solo por los aportes en materia impositiva, sino también porque ser proveedores de trabajo y sustento para miles de personas, que a su vez alimentan la espiral de aportes y actividades relacionadas”, reflexionó.

Indicó que desde ACAU se mantiene un contacto permanente con las autoridades y que también se han presentado iniciativas para el mediano y largo plazo que se están analizando.



CON SABOR A ENCUENTRO

Degustar excelencia, respirar naturaleza

A Shark-Club se lo describe como un lugar de encuentro con amigos y familia para quienes gustan de vivir experiencias alrededor de una mesa, donde la comida es un vehículo para disfrutar del otro y el entorno brinda un clima para recrearse en un lugar único en Punta del Este. Allí, la idea es que los clientes se adueñen del lugar y gocen de una plácida sobremesa.

Las puertas de Shark-Club están abiertas para todos lo que desean degustar los platos y, a través de las membresías, acceder a múltiples beneficios y cortesías, propuestas especiales, promociones, descuentos y actividades exclusivamente diseñadas para socios como, por ejemplo, tener una mesa de preferencia. Shark-Club, ubicado en Parada 3 de Playa Mansa, posee una vista abierta al mar frente a la Isla Gorriti, en un sitio donde se respira naturaleza. Elena Tejeira, responsable del área gastronómica del lugar, detalló a **Empresas & Negocios** cómo se ideó la apertura del novedoso local, qué se desea brindar y cómo se conforma la propuesta gastronómica.



Cómo surgió la idea de formar parte de Shark-Club?

Siempre tuve el sueño de llegar a Punta del Este con una propuesta de restaurante. Los directores de Shark-Club tienen muy claro el tipo de servicio que desean brindar y mi desafío consiste en poner en marcha este proyecto aportando mi experiencia y conocimientos. Somos un excelente equipo aportando cada uno lo suyo.

Nuestra visión es brindar un servicio de calidad para clientes exigentes, que valoran y disfrutan de la personalización en el servicio y de una experiencia gastronómica con valores y sentido, donde el amor y la pasión son ingredientes fundamentales en nuestra propuesta.

Creativos, innovadores y obsesivos por la excelencia, sobre esta base hemos seleccionado a todo nuestro equipo. Todos alineados con la visión y fuertemente involucrados con los objetivos de Shark-Club.

¿Cuál es la propuesta gastronómica que ofrece el restorán?

La propuesta gastronómica busca mantener la cultura de Punta del Este y es rigurosa con la calidad de los productos, dando relevancia a los frutos de mar de la zona y generando valor a los productores de Maldonado, ayudando a mantener nuestro entorno y revalorizando nuestras riquezas naturales. Se intenta trabajar con productos de temporada, respetando los ciclos de la naturaleza, disfrutando así de vegetales y frutas de estación en su punto óptimo de madurez y plenitud de sabor. Tenemos una tendencia a utilizar alimentos orgánicos, procurando lograr platos deliciosos en sabor y, a la vez, nutritivos y saludables.

Nuestra primera carta para este verano contempla platos frescos y otros más sustanciosos, donde la simpleza “menos es más” es la base de creación en los mismos, dando mucha importancia al sabor y texturas.

Es una cocina de producto, donde la calidad y la frescura de los mismos son un factor

primordial. A su vez, los platos dan cuenta de vanguardia en la elaboración de los mismos, donde las nuevas técnicas y tendencias se manifiestan utilizando tecnología en los métodos de cocción y conservación.

Se manifiesta nuestra experiencia, expresando un estilo propio, comidas desenfadadas, platos con cierto estilo familiar, donde lo importante es el ingrediente, más que la presentación del cocinero como una celebridad.

Fuera de temporada trabajaremos en cocina de investigación para seguir desarrollándonos y perfeccionándonos. La innovación y mejora continua es una constante para nuestro equipo.

¿Cuáles son los detalles que se tienen en cuenta para acompañar la propuesta gastronómica?

Un punto de suma relevancia en Shark-Club es la propuesta de vinos, almacenados y exhibidos en una cava que se encuentra en el corazón del restaurante, tratados con el máximo cuidado en su guarda, manteniendo un estricto control de temperatura, humedad y ventilación. Y nos acompaña un sommelier de reconocida experiencia, responsable de la misma y quien brinda asesoramiento a los clientes para que vivan la experiencia del vino, en su justo maridaje, según los platos elegidos.

¿Qué eventos tienen lugar en Shark-Club?

La idea es unir la gastronomía con distintas disciplinas, encuentros de arte y pintura, música, y talleres, intentando así despertar emociones al máximo nivel de intensidad, brindando momentos de felicidad y plenitud.

¿Cómo se proyecta toda la temporada de verano en Punta del Este y, específicamente, en Shark-Club?

Es un año de gran incertidumbre. Punta del Este es absolutamente diferente a lo que estamos acostumbrados a ver. Entiendo que las personas disfrutarán de los encuentros con amigos, de salir a cenar, comer rico, tomar buenos vinos y disfrutar alrededor de una mesa. En momento de crisis existen grandes oportunidades. El proyecto es a largo plazo y nuestra meta es lograr que Shark-Club se transforme en un referente de la gastronomía de Punta del Este y de Uruguay. 🍷



Perfil

Elena Tejeira es una de las empresarias gastronómicas y chefs más reconocidas del país. Cuenta con más de 30 años de trayectoria, en donde se destaca su labor en catering de eventos siendo su empresa un referente en este rubro. También ha dirigido otros emprendimientos gastronómicos, como chacras de eventos, concesiones de restaurantes, clubes sociales y deportivos. Dio clases de cocina en Canal 4 durante cinco años en el programa "Muy buenos días" y ha sido directora Académica de la Carrera de Gestión de Negocios Gastronómicos de la Universidad de Montevideo. Fue presidenta de la Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU) y brinda consultorías, charlas y talleres sobre gastronomía. Tejeira fue elegida como la Mujer del Año en el rubro gastronomía en 2000 y 2001. Es referente en su materia en Canal Gourmet y se destacó como *Women Entrepreneur of the Year* en Cancún durante 2016. A su vez, en 2019, fue reconocida como Octava Líder empresarial mujer, reputación corporativa del Uruguay por la investigadora internacional Merco y el diario El País, destacando su labor en el desarrollo del ecosistema emprendedor local.

Pilar fundamental de las acciones de Coca-Cola Uruguay

A través de “Un Mundo sin Residuos”, la iniciativa global creada en 2018 por la compañía junto a sus socios embotelladores, se establecieron importantes metas para diseñar y recuperar los envases que colocan en el mercado y, en asociación con diferentes actores, potenciar su recolección

La producción y el consumo responsable es una combinación que beneficia al planeta y a la sociedad en su conjunto. Aplicar el modelo conocido como las “tres erres”, es decir, Reducir, Reutilizar y Reciclar, permite aprovechar al máximo las materias primas, haciendo un uso más eficiente de las mismas, disminuyendo, a su vez, la generación de residuos durante toda la cadena productiva, siendo este concepto uno de los pilares fundamentales de la economía circular.

Para adoptar esta visión es necesario contemplarla desde el primer eslabón de la cadena: comenzando por el diseño del envase, considerando practicidad y utilidad para los consumidores, hasta el análisis de cómo lograr extender su vida útil y su reciclaje, evitando así que termine en la basura después del primer uso.

Asimismo, incorporar estos factores y recabar resultados positivos que llevan a minimizar significativamente el impacto medioambiental de la operativa de las empresas, requiere metas claras, estratégicas y principalmente, un fuerte compromiso para alcanzarlas.

Por este motivo, la Compañía Coca-Cola junto a sus socios embotelladores, crearon en 2018 “Un Mundo sin Residuos”, una iniciativa global elaborada con dicho propósito, basándose para ello, en tres ejes centrales: el diseño de nuevos envases, su recolección y la asociación con autoridades, empresas y ONGs de las comunidades en las que se desempeña, para lograr una mayor tasa de recuperación de sus envases.

De esta manera, se establecieron los siguientes objetivos para el año 2030: ayudar a recuperar el equivalente al total de envases vendidos; que todos los envases sean 100% reciclables; que el 50% del volumen de ventas se comercialice en empaques retornables; y que las botellas fabricadas tengan un 50% de plástico reciclado.

A nivel local, Coca-Cola Uruguay, junto a su socio embotellador Coca-Cola Femsa, ya han dado importantes pasos hacia el cumplimiento de estas ambiciosas metas. El más reciente y destacado ejemplo en la materia es la creación de envases más amigables con el ambiente, que a su vez incrementan sus posibilidades de recolección.

En este sentido, vale la pena mencionar al primer envase del país producido a partir de otras botellas, mediante la presentación del agua Vitale sin gas en su envase de 625ml, que está hecho 100% de resina reciclada, que se logró partiendo de la experiencia del empaque eco-flex y que posee 15% menos plástico.

Además, otra original propuesta en esta lí-

mismo tiempo que reduce de manera significativa el lavado, llenado y logística inversa, minimizando, en consecuencia, las emisiones de carbono.

“La implementación de Botella Única responde también a una meta a mediano y largo plazo, que permitirá mejorar la gestión de residuos generados en nuestra operativa y que brindará a nuestros clientes la posibilidad de disfrutar de sus bebidas predilectas en presentaciones más accesibles y amigables con el medio ambiente”, sostuvo Nuria Varela, gerenta de Marketing de Coca-Cola Femsa.

De plástico y vidrio, estos envases pueden ser reutilizados hasta 18 y 25 veces, respectivamente, y al finalizar su ciclo de vida útil, son reciclados, ya que, junto a su nueva etiqueta de papel, son 100% reciclables.

“Estos cambios y la implementación de la ‘Botella única’ representan un paso fundamental hacia el cumplimiento de las metas establecidas en ‘Un Mundo sin Residuos’. En Uruguay, tenemos el privilegio de haber alcanzado uno de los principales objetivos de la iniciativa y es que nuestros envases ya son 100% reciclables. No obstante, seguiremos esforzándonos para cumplir con los restantes desafíos”, expresó Silvina Bianco, directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola Uruguay.

Las modificaciones en las líneas de producción incluyeron la adquisición de equipamiento tecnológico de última generación, con motores que se caracterizan por combinar calidad, rapidez y eficiencia energética, necesarios para que la “Botella única” sea embotellada 100% en el país. Este proyecto cuenta con el reconocimiento de la prestigiosa Fundación Ellen MacArthur, por promover el consumo de las opciones retornables y ser un ejemplo en materia de economía circular.



nea es la reciente implementación de la “Botella única”, un empaque retornable cuyo diseño universal, junto a la incorporación de una etiqueta de papel removible, permite aplicarse a todos los sabores de bebidas que comercializa, extendiendo así estas presentaciones a otras variedades que no contaban con este tipo de formato.

El proyecto requirió renovar de manera integral dos líneas de producción de envases retornables en la planta embotelladora para lo que Coca-Cola Femsa Uruguay invirtió 12.7 millones de dólares. Esta inversión incrementó la reutilización de las botellas, al



EN CARRASCO, UN LUGAR PARA TU ESTILO



MOSS.

HAIR STYLING

Juan Bautista Alberdi 6549 esq. Jamaica - Tel. (+598) 2605 3712 - WhatsApp 094 440 485

info@peluqueriamoss.uy

[@mosspeluqueria](https://www.instagram.com/mosspeluqueria)



El summum del cuidado:

apoyo profesional para padres primerizos.

- Asistencia profesional a domicilio sobre el cuidado del bebé recién nacido.
- Abordaje sobre aspectos de lactancia, cuidados del cordón umbilical, higiene, consejos prácticos, entre otros.
- Acompañando el crecimiento del bebé, les obsequiamos la babysilla que necesita.
- Ciclo de Charlas Mamás & Papás SUMMUM sobre temas importantes para la bienvenida del bebé.

summum.com.uy

SUMMUM
Excelencia para tu vida