

EMPRESAS & NEGOCIOS

**MERCADOS & ESTRATEGIAS
PENSANDO EN EL LARGO
PLAZO, LA FED PUSO
PAÑOS FRÍOS AL MERCADO**

**MACROECONOMÍA
INDICADORES
GENERAN
INCERTIDUMBRE EN
EL SECTOR LABORAL**

**INFORME
LAS IMPLICANCIAS DE
ACOMPASAR LA ERA
DE LA MOVILIDAD
ELÉCTRICA**

CULTURA INNOVADORA

ESTEBAN PIGNANELLI
CEO DE SEGUROS SURA URUGUAY

**DISFRUTÁ
ENJOY PUNTA DEL ESTE
CON BENEFICIOS EXCLUSIVOS DE VISA**



20% OFF en hotelería y gastronomía pagando con **VISA** débito o crédito emitidas en Uruguay

Pasando raya

Esteban Pignanelli, CEO de Seguros SURA Uruguay, define a la compañía que dirige Seguros como una organización que se distingue por ser innovadora, que brinda soluciones dinámicas y acompaña a sus clientes acercándoles propuestas de valor. Esos pilares, dice, le han permitido a la empresa posicionarse en un lugar destacado dentro del segmento de aseguradoras y que más de 200 mil clientes elijan tener algún vínculo a través de distintas líneas de negocio.

La pandemia del covid-19 aceleró un proceso de transformación que se venía dando en la interna de Seguros SURA, sobre todo a nivel tecnológico, y obligó a adaptar soluciones y servicios a las condiciones actuales del mercado de seguros. Además, la aparición del virus y las posteriores consecuencias llevaron a desarrollar productos que antes no estaban en el centro del negocio.

En un mano a mano con **Empresas & Negocios**, el ejecutivo hace alusión todos estos temas, y se refiere, entre otras cosas, a la estrategia de Seguros SURA para crecer en Uruguay.

La Reserva Federal de los Estados Unidos dio tranquilidad al mercado el 17 de marzo. Finalmente, no habrá aumento de tasa de referencia hasta el 2023, de acuerdo a lo que indicaron. Queda claro que el largo plazo piensa en una importante recuperación económica.

El plan de estímulo económico aprobado por los Estados Unidos para compensar el daño de la pandemia, de US\$ 1.9 billones, hizo su efecto. En Mercados & Estrategias nos referimos al tema y cómo impacta esto en el mercado local.

El mercado laboral enfrenta importante desafíos en nuestro país y el mundo. Muchas

ramas de actividad tienen enormes desafíos por delante en el mediano plazo, con varios factores a tener en cuenta, como los avances tecnológicos, altos costos laborales, regulación en las plataformas digitales de trabajo, entre otros.

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en enero de 2021 –último dato disponible– la tasa de desempleo en el total del país se ubicó en 10.7%. En cifras, esto se traduce que unas 192 mil personas sin trabajo en el primer mes del año y buscando activamente uno. La disminución del empleo en nuestro país venía registrándose desde 2015 y la pandemia profundizó la crisis. ¿Cuáles son los detalles de esta problemática? En Macroeconomía ponemos foco en este tema.

Desde el año 2005, aproximadamente, nuestro país comenzó un proceso de incremento de generación de energía eléctrica basado en recursos renovables no convencionales. A más de 15 años de las primeras etapas y con una pandemia en el medio que frena algunos avances, la energía renovable y el transporte eléctrico son los protagonistas a nivel global. Uruguay no queda fuera de las grandes ligas, y desde hace casi dos décadas comenzó a priorizar las energías renovables para expandir sus intereses a las tecnologías de la movilidad. **Empresas & Negocios** realizó una puesta a punto del tema a través de las consultas con actores nacionales vinculados a la materia.

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





Sura

SEGUROS

SUMARIO

8. BANDEJA DE ENTRADA. El futuro del trabajo y el papel de los líderes en tiempos de covid-19, según un reporte de Deloitte.

12. MERCADOS & ESTRATEGIAS. La Reserva Federal de los Estados Unidos puso tranquilidad al mercado: no habrá aumento de tasa de referencia hasta el 2023.

14. MACROECONOMÍA. Los síntomas de preocupación continúan al conocerse los últimos datos de empleo.

16. ENTRE VISTAS. Esteban Pignanelli, CEO de Seguros SURA Uruguay, mano a mano con Empresas & Negocios.

26. INFORME. La movilidad eléctrica se posiciona en las calles uruguayas.



Una de las tres es celíaca y sin embargo gracias a un **diagnóstico adecuado**, disfruta de la cocina en familia, con total tranquilidad.

Conversar con las personas cercanas y los amigos, ayuda a desestigmatizar esta enfermedad y a que las personas que la tienen, no queden por fuera de ninguna actividad y **vivan plenamente**. En Uruguay, 1 de cada 100 personas es celíaca y no lo sabe.

Si sentís cualquier síntoma sospechoso, no dudes en **consultar a nuestros médicos**.

Queremos ayudarte a diagnosticarla a tiempo para verte **así de feliz**, todos los días.

*Felices
por igual*

 www.hospitalbritanico.org.uy

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

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



HOSPITAL BRITANICO

Tu vida nos inspira



Andrea Guani
Gerenta Comercial
de Softys Uruguay

Era una niña que pretendía crecer y ser abogada penal, pero la vida la fue llevando por otros caminos; y bastante diferentes. Hoy, a sus 44 años, es licenciada en Administración de Empresas con un posgrado en MKT, al tiempo que se declara una eterna estudiante por vocación. Andrea Guani es la gerenta Comercial de la firma Softys en Uruguay desde hace seis meses.

La ejecutiva, nacida en Montevideo el 4 de mayo de 1976, y actualmente desempeñándose en el área comercial con responsabilidad en ventas y MKT, ha pasado por diversas experiencias en su carrera profesional: ventas, *trade marketing*, recursos humanos, relaciones laborales, compras. Fue a los 19 años que Guani comenzó su carrera laboral, empleándose en American Airlines Cargo. Su ingreso a la empresa donde hoy trabaja se dio porque un head hunter de Softys Chile la solicitó para el cargo. Asegura que lo que más le gusta de su trabajo es la cercanía de la gente. Entre los desafíos y oportunidades que su área presenta es que está inmersa en un universo cambiante. “Lo único cierto es

el cambio, por tanto, el desafío del área comercial es poder capturar todas las preferencias del consumidor, y transmitir todas esas nuevas tendencias de productos y de cambio

en los hábitos de compra tanto dentro de la empresa como a nuestros clientes y distribuidores”, reflexionó.

En cuanto a las enseñanzas de sus anteriores empleos, dijo que todas las áreas tienen sus dificultades y desafíos. “Cuando uno se encuentra en determinada área siempre mira al otro lado y piensa que el pasto del vecino es más verde”, aseguró.

En su tiempo libre, Guani disfruta pasar tiempo en familia -la que está compuesta por su pareja y tres hijos-, así como de la naturaleza -especialmente del mar- y de viajar -aunque en este tiempo esa posibilidad se ha visto truncada-.

Al referirse a aspectos más generales, la

ejecutiva asegura que en la vida siempre existen errores, y por eso entiende que las personas no se pueden dar el lujo de no aprender de ellos.

“El desafío del área comercial es poder capturar las tendencias del consumidor, y transmitir las dentro de la empresa, así como a clientes y distribuidores”.

En cuanto a lectura, la entrevistada no puede elegir un libro predilecto, pero comentó que el último que leyó fue ‘21 lecciones para el siglo XXI’, de Yuval Noah Harari. “Te dispara el pensamiento de lo que puede ser el mundo a futuro; me encanta proyectar la imaginación de lo que se puede venir”, expresó al respecto. En su oficina no puede faltar un almanaque. Si se trata de música, asegura que le encanta el jazz. Recomienda la película ‘La Vida es Bella’ y se define como una apasionada por disfrutar la vida.

Su lema es que todas las cosas pasan por algo; y de aquí a 10 años se ve con nuevos proyectos y disfrutando de su familia. ☺



Tu vida es digital. Tu banco también.

Usá Scotia en Línea y participá del sorteo de una de las Tablets Samsung Galaxy

Podés realizar cualquiera de estas operaciones:



Consultar tus **saldos** y últimos **movimientos**



Descargar tu **Estado de Cuenta**



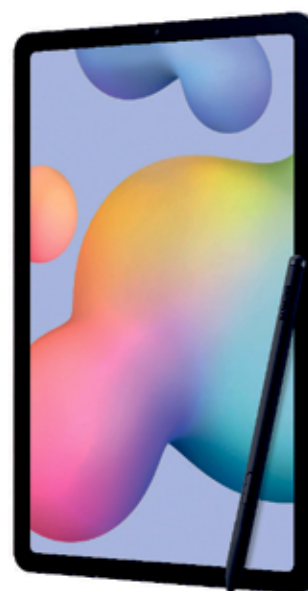
Pagar tus Tarjetas, consultar tus saldos y vencimientos



Hacer **transferencias** entre tus cuentas, a otros bancos y al exterior



Pagar todas tus facturas y servicios



Samsung Galaxy
Tab S6 Lite

¡Podés ganar sin moverte de tu casa!



Descargando la app
ScotiaMóvil e ingresando



O ingresando desde nuestra
web a **Scotia en Línea**

Más digital. Más banco.

Ver bases y condiciones en scotiabank.com.uy

Scotiabank®

EN TIEMPOS DE COVID-19

El futuro del trabajo y el papel de los líderes

Cómo adaptarse a este momento sin precedentes es un problema que hoy a abarca a todas las marcas, industrias o compañías. Para muchas estructuras, la gestión de crisis no es nada nuevo, pero la escala global y la incertidumbre constante que rodea a la pandemia del covid-19 hacen de esta una nueva situación para todos.

Cualquier manual de respuesta a emergencias publicado hace una semana, hoy ya parece no dar resultado. En ese contexto, mientras muchas organizaciones se centran en sobrevivir, el reporte del Futuro del Trabajo de Deloitte propone un cambio de mentalidad para comenzar a prosperar.

La investigación de Deloitte centrada en el Futuro del Trabajo sugiere que las organizaciones que estaban mejor preparadas para la crisis de covid-19 ya estaban adoptando una mentalidad de “prosperar” frente a las disrupciones.

En ese análisis, además de una visión global, hay un capítulo que refiere a la realidad uruguaya sobre el tema. En ese sentido, el 15% de los ejecutivos que dijeron que su organización estaba “muy preparada” para la pandemia tenía 2.2 veces más probabilidades de ajustarlas inversiones ante las demandas comerciales cambiantes.

A su vez, el grupo “muy preparado” mostró que tenía el doble de probabilidades de utilizar la tecnología para transformar el trabajo. Y lo más importante, aquellos que estaban “muy preparados” tenían el doble de probabilidades de reconocer la importancia de organizar el trabajo para facilitar la toma de decisiones rápida, y casi tres veces más preparados para aprovechar la adaptabilidad

y movilidad de los trabajadores para transitar por futuras disrupciones.

“No podemos imaginar un futuro sin la ausencia de disrupciones. Por lo tanto, debemos adoptar nuevos insumos y capacidades en

El uso cuidadoso de la tecnología permite cambiar la naturaleza del trabajo para aprovechar al máximo las capacidades claramente humanas de las personas.

las organizaciones, muchas de ellas aceleradas por la pandemia covid-19. Prosperar significa cultivar la resiliencia, el coraje, el juicio y la flexibilidad de forma constante para transitar por una realidad turbulenta. Otra característica fundamental de las organiza-

ciones que prosperan pese a las disrupciones es el uso de la creatividad. Así ha sido a lo largo de la historia y aquellas organizaciones que la usen para reinventar la organización y su futuro tendrán más oportunidades”, reflexionó Lucía Muñoz, socia de Consultoría en Capital Humano de Deloitte Uruguay.

De acuerdo al informe de Deloitte, la pandemia de covid-19 mostró que las personas y las organizaciones son capaces de lograr un enorme crecimiento bajo la presión de la crisis. El desafío para muchas personas es mantener este impulso incluso cuando la disrupción continúa redefiniendo el camino a seguir para encontrar nuevas formas de llevarlo adelante a largo plazo.

Ante ese contexto, sacar a relucir las capacidades más humanas de las organizaciones se transforma en un diferencial esencial.

En este sentido, para prosperar, el reporte propone algunas claves.

Integración de la salud física, mental, financiera y social de los colaboradores en



el diseño del trabajo en sí, en lugar de abordar el bienestar con programas adyacentes

Sobre este punto, se establece que la incorporación del bienestar en el diseño del trabajo ayuda a los colaboradores a experimentar ese bienestar mientras hacen su trabajo, no solo cuando están lejos de él. Esto es beneficioso tanto para las organizaciones como para los colaboradores porque, según se indica, el trabajo que aborda la necesidad humana de calidad de vida puede motivar a las personas a dar lo mejor de sí cuando están en el trabajo.

A mediados del 2020, la directora de bienestar de Deloitte Estados Unidos publicó en LinkedIn un mensaje donde pidió a los líderes que compartieran las estrategias y prácticas que estaban dirigiendo para influir en el bienestar de sus organizaciones.

Los líderes de organizaciones -grandes y pequeñas- dijeron que estaban amoldando sus esfuerzos en bienestar a las necesidades de varios segmentos de trabajadores en lugar

De acuerdo al reporte de Deloitte, la pandemia covid-19 demostró que las personas y las organizaciones son capaces de un enorme crecimiento bajo la presión de una crisis.

de adoptar un enfoque único. Así, se enfocaron en equiparlos con habilidades mentales, emocionales y sociales necesarias no solo para sobrellevar, sino para adaptarse y prosperar.

Capitalización de la oportunidad de elección por parte del colaborador como un medio para impulsar el aprendizaje, la adaptabilidad y el impacto

Para Deloitte, esto significa dar a los cola-

boradores más control sobre qué trabajo hacen y qué experiencias de aprendizaje perseguir puede aumentar su compromiso porque les permite enfocar sus esfuerzos en oportunidades que realmente les importan. La alineación de las pasiones e intereses de los colaboradores con las necesidades de la organización también puede mejorar el desempeño de la misma, precisamente porque ellos están más motivados y comprometidos con su trabajo y aprendizaje.

En opinión de Muñoz, la planificación de la fuerza laboral se basó durante años en marcos de competencias, descripciones de puestos estáticas y trayectorias profesionales lineales para definir u organizar el trabajo y la fuerza laboral, pero hoy es diferente. “Entendemos que hoy esto ya no es suficiente. Es importante diseñar roles que asuman la reinversión continua. Debemos cultivar las pasiones de los colaboradores para resolver problemas, recomendar a los colaboradores que identifican problemas y se reinventan para resolverlos. Debemos comprometer a nuestros trabajadores con



el aprendizaje permanente para encontrar más y mejores oportunidades”, expresó

Configuración de equipos y súper-equipos que utilizan la tecnología para mejorar las formas naturales del trabajo humano

El uso cuidadoso de la tecnología permite cambiar la naturaleza del trabajo para aprovechar al máximo las capacidades claramente humanas de las personas. Desde herramientas de colaboración que mejoran el trabajo en equipo y la conexión hasta las tecnologías de inteligencia artificial que pueden guiar a las personas en la toma de decisiones, las tecnologías integradas con humanos en equipos puede permitir que esos equipos busquen nuevos y mejores resultados a una mayor velocidad y escala. “A un año del inicio de la pandemia, las organizaciones tienen la oportunidad de aplicar lo que han aprendido para potenciar el trabajo de los equipos. El desafío actual es integrar a las personas y a la tecnología para obtener resultados a una velocidad y escala que no sería posible de otra manera. Los súper-equipos son más poderosos cuando las organizaciones utilizan la tecnología para que el trabajo sea mejor para los humanos y así liberar todo el potencial de una organización”, advirtió la ejecutiva de Deloitte Uruguay.

Desarrollo y trabajo sobre perspectivas de futuro utilizando datos en tiempo real para sacar partido del potencial de la fuerza laboral

Comprender a la fuerza laboral es el primer

Sacar a relucir las capacidades más humanas de las organizaciones se transforma en un diferencial esencial.

paso para alinear su comportamiento con los objetivos de la organización de manera que reconozcan las necesidades de los colaboradores, desarrollen sus capacidades y respeten sus valores y los de la organización. El conocimiento sobre qué trabajo se está haciendo y cómo lo están haciendo las personas pueden ayudar a las organizaciones a diseñar nuevas formas de trabajo que resalten el potencial latente en cada trabajador. “Para hacer frente a múltiples futuros posi-

bles y sus interrupciones, las organizaciones deben ser capaces de ajustarse rápidamente y establecer nuevas direcciones, lo que depende, en gran parte, de la capacidad de acceder y actuar sobre la información de la fuerza laboral en tiempo real. Precisamos un enfoque dinámico y orientado a la acción. Esto repercute directamente en la capacidad de los líderes a tomar mejores y más rápidas decisiones. Muchas veces ahí está la clave entre sobrevivir o prosperar”, opinó Muñoz sobre este punto.

El cambio del rol de RR. HH. de estandarizar y hacer cumplir las políticas de la fuerza laboral a una nueva responsabilidad de reconfigurar el trabajo en toda la empresa

Para que una organización realmente se convierta en humana en su centro, el área de RR. HH. debe tomar la iniciativa en la incorporación de consideraciones humanas en todos los aspectos del trabajo y colaborar con los negocios y otros líderes funcionales para reimaginar el qué, el por qué, el quién y el cómo del trabajo dentro de toda la organización.

“Los ejecutivos que confiaban en la capacidad de RR. HH. para transitar por los cambios en los próximos tres a cinco años tenían 2.9 veces más probabilidades de reportar que su organización estaba muy preparada para adaptarse. Esto es realmente significativo y eleva el rol de RR. HH. en la organización. Está claro que el valor humano puede conseguir pasar de una mentalidad de supervivencia a una de prosperidad. Todo dependerá del foco que les pongan los líderes a estas capacidades. La agenda de RR. HH. debe unirse a la agenda del negocio y trabajar junto a otros grupos de interés para alcanzar los objetivos”, esgrimió la experta. 📢



CON
FLOW
TENÉS
DISNEY+
HASTA 3 MESES DE
REGALO



flow
Cablevisión



Disney + PIXAR + MARVEL + STAR WARS + NATIONAL GEOGRAPHIC

©2021 Disney y sus entidades relacionadas. Todos los derechos reservados.
Servicio por suscripción de pago. Mayor información en Disneyplus.com.

ESTADO DE SITUACIÓN

Pourvu que ça dure

La Reserva Federal de los Estados Unidos puso paños fríos al mercado el 17 de marzo y sus expectativas de posibles aumentos de tasas. No habrá aumento de tasa de referencia hasta el 2023, de acuerdo a lo que indicaron. Sin embargo, algo ha cambiado los últimos meses: el largo plazo piensa en una importante recuperación económica. ¿Llegaremos a 2023?



● Escribe: Carlos Sacone

Cuenta la historia que la madre de Napoleón Bonaparte, Mme Laetitia Bonaparte, al celebrar las victorias de su hijo empleaba la frase “ojalá que dure” (*pourvu que ça dure*) en una combinación de felicidad y nostalgia. Esto fue lo que indicó un prestigioso colega director de la Academia Nacional de Economía al comentar sobre los últimos movimientos del Comité Abierto Federal de Mercado de

la Reserva Federal de los Estados Unidos, que mantuvo incambiado el rango de referencia para la tasa de interés objetivo entre 0% y 0.25%, en su última reunión del 17 de marzo pasado. Por otra parte, los miembros de la “Fed” reafirmaron su visión de mantener esta tesitura por lo menos hasta el año 2023, indicando que eventos inflacionarios esporádicos no los alejarán de estas decisiones y, por el

contrario, lo que necesitan ver para pensar en un aumento en la tasa de interés son presiones inflacionarias “estructuralmente” altas, lo que aún no es el caso. Sin embargo, sí ha habido un ajuste en las perspectivas, y por esto es que la frase “ojalá que dure” de Mme Bonaparte, y su carga feliz y nostálgica simultáneamente, es más que justa para este caso. Las tasas largas en dólares han ajustado y todo

parece indicar que seguirán haciéndolo. Estas son las tasas de mercado, o sea, los retornos que se desprenden de la cotización y tasa fija de una emisión de bonos del tesoro de los Estados Unidos. Hace no muchos meses, si uno compraba en el mercado un bono US Treasury a 10 años tendría un retorno al vencimiento de 0.60% anual. Al a ser éstas las tasas “libres de

riesgo”-de crédito- para el mercado de dólares, lo que nos estaban diciendo esas tasas es que el crecimiento económico y la inflación en los Estados Unidos continuaría muy por debajo de los niveles históricos, y que la Reserva demoraría muchos años más en subir su tasa. Durante las últimas semanas esto se revirtió. Los bonos largos aumentaron mucho su retorno (a través de bajas en sus precios) ¿Por qué? Básicamente, por el formidable plan de estímulo económico aprobado por los Estados Unidos para compensar el daño de la pandemia, de US\$ 1.9 billones. Esto hizo que se revirtieran estas expectativas de largo plazo, mejorando sustancialmente, y llevando a comentarios en el mercado que llegaron a inquietar a operadores con respecto a lo que podría pasar en la reunión del pasado 17 de marzo. Como vimos, finalmente la Fed se mantuvo firme moderando estas expectativas. Pero, ¿quién sabe? Hoy el mercado espera esto, lo que está “en precios” son subas en tasa *overnight* en 2023 y tasa a 10 años en 2% a fin de este año (hoy en 1.70%).

Pero, ¿por qué nos importa todo esto? Básicamente, y entre otros temas, porque gobierna el costo de financiamiento de Uruguay en el exterior. Como sabemos, los bonos en dólares se mueven teniendo a los US Treasuries como referencia; si estos bajan, nuestros bonos bajarán. Es independiente de la situación del país. Por otra parte, también gobierna, indirectamente, el apetito por títulos en moneda local. No es lo mismo que el “0 riesgo” en dólares rinda 0.60% que lo haga 1.70%. De hecho, los bonos más largos y líquidos han bajado cerca de 20 puntos porcentuales durante este año, no porque haya sucedido nada en Uruguay, sino porque los dólares con 0 riesgo a largo plazo



**Tasas bajas en dólares
-la “moneda del mundo”-
impulsan el apetito por
retornos y la búsqueda
global de inversiones en
mercados fuera de los
Estados Unidos.**

se han vuelto más atractivos. Esta caída se detuvo de la mano de los últimos movimientos de la Fed. También lo hizo la cotización del dólar en el mercado local, aunque es cierto que su cotización nominal está influida por Brasil; pero fijémonos que

en tres meses subió 3 pesos, teniendo como responsable principal a las perspectivas de tasas de interés en Estados Unidos. Es por ello también que hay que aplaudir y apoyar las iniciativas del Banco Central del Uruguay que apuntan a hacer bajar la inflación y a reducir la dolarización de la economía de nuestro país, aunque este tema daría para una columna aparte.

Tasas bajas en dólares -la “moneda del mundo”- impulsan el apetito por retornos y la búsqueda global de inversiones en mercados fuera de los Estados Unidos. Por eso, y como decía Madame Bonaparte, *pourvu que ça dure.* ☺



Carlos Saccone

Head of Wealth en HSBC Uruguay. Contador Público de profesión, se desempeña en la industria de servicios financieros de nuestro país desde 1997. Integra el Consejo Directivo de la Academia Nacional de Economía y posee la licencia Series 65 de uno de los organismos reguladores del mercado de valores de EE.UU. (FINRA). Cuenta con un MBA del IEEM, la escuela de negocios de la Universidad de Montevideo.

PUESTA A PUNTO

Incertidumbre en el mercado laboral

La tasa de desempleo en enero fue de 10.70%, cifra levemente superior a la del mes anterior. La compleja situación del empleo preocupa, pero se observa una ligera mejoría en el indicador.

● Escribe: Sofía Tuaryé

El mercado laboral enfrenta importantes desafíos en Uruguay y en el mundo.

Previo a la crisis sanitaria, el debate respecto al futuro de muchas profesiones u oficios estaba en el tapete. Los retos que muchas ramas de actividad tendrán que hacer frente en el mediano plazo son diversos, con varios factores a tener en cuenta como los avances tecnológicos, altos costos laborales, regulación en las plataformas digitales de trabajo, entre otros.

La caída del nivel de actividad repercutió negativamente en el mercado laboral. La disminución del empleo en el país venía registrándose desde 2015 y la pandemia profundizó la crisis. La propagación del virus ha afectado al mundo laboral fuertemente, pero no solo en el país sino alrededor del globo. La compleja situación se observa en varios puntos del planeta.

Datos

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en enero de 2021 —último dato disponible— la tasa de desempleo en el total del país se ubicó en 10.7%. En cifras, esto se traduce que unas 192 mil personas en enero estaban sin trabajo y buscando activamente uno.

El año comenzó con un guarismo similar que el mes anterior. En el primer mes de 2021 el indicador fue 0.2 puntos porcentuales superior al registro de diciembre de 2020. Recordemos que desde junio del año pasado la tasa no logra bajar de los dos dígitos.

En el informe se analiza el motivo de no buscar empleo por parte de los considerados inactivos disponibles para trabajar. Según el INE, en enero la principal razón, con 19% de las respuestas, fue por el estudio; lo sigue con 18.4% los desmotivados —aquellos que buscaron antes pero no encontraron y dejaron de buscar—.

La crisis sanitaria aún tiene importantes efectos en el mercado laboral. El 13.9% expresó que por la coyuntura de la pandemia no buscaron en enero un empleo, y se observa una disminución respecto al mes pasado. En diciembre, de los inactivos que declararon estar disponibles para trabajar, 14.5% manifestó que la razón era la crisis sanitaria.

El instituto desagrega la tasa según área geográfica y según sexo. Si se desagrega el indicador por sexo, según el INE, las mujeres registraron en enero nuevamente una tasa de desempleo mayor que la de los hombres. En el primer mes del año, la tasa de las mujeres es 3.6% superior a la

de las hombres, con una tasa de desocupados de 12.6% para el conjunto femenino y 9% para el masculino.

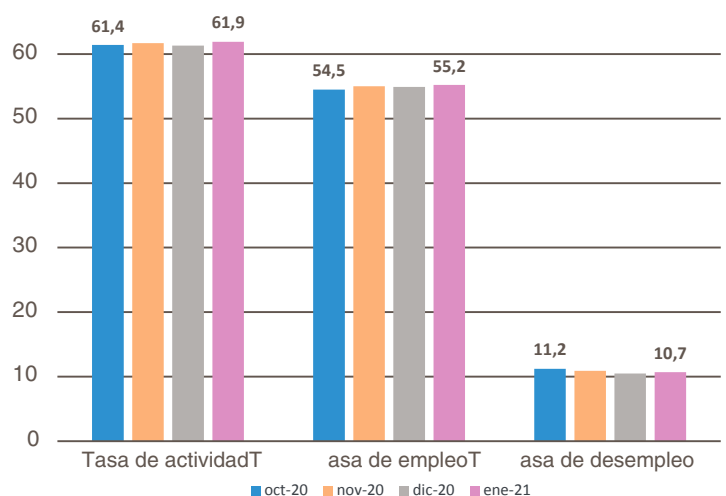
Si se analiza lo sucedido en la capital y en el resto del país, en Montevideo la tasa de desocupados fue de 9.9% y en el Interior de 11.2%.

El desempleo registró una ligera suba en el primer mes del año, pero también lo hizo el empleo. En lo que respecta al nivel de ocupación, según el INE, la tasa en enero fue de 55.2%,

aproximadamente en un millón seiscientos tres mil personas ocupadas. Si se desagrega según área geográfica, el instituto estima que en enero en Montevideo la tasa de ocupados fue de 56.7% y en el Interior de 54.2%. En el caso del empleo también se observa una notoria diferencia entre hombres y mujeres. Así, la tasa de ocupación para los hombres fue de 62.7% y para las mujeres de 48.4%.

Otras variables interesantes de analizar que presenta en INE

Comparativo indicadores octubre 2020 – enero 2021 (%)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE.

en su informe son el subempleo, que -en enero representó el 9.6%- y la informalidad -que según el organismo alcanzó el 22.4%-.

Según los datos del Instituto de Seguridad Social BPS, la cantidad de solicitudes de subsidio que ingresaron en enero de 2021 fueron en el entorno de los 36 mil. Este registro es significativamente superior al de enero del año pasado (13.600 ingresos), pero recordemos que luego de que estallara la crisis sanitaria en el país, a mediados de marzo, y muchas actividades cerraran o fueran restringidas, la cantidad de solicitudes llegaron a superar los 80 mil entre marzo y abril de 2020. Aún no alcanza los niveles previos a la pandemia, pero se observa una mejoría respecto a los meses más golpeados por la situación sanitaria.

Salario

Un tema relevante es la evolución de los salarios de los trabajadores. Según los datos del INE, el Ingreso Medio de los Hogares para el total del país en enero aproximadamente 71 mil pesos, y el Ingreso Medio per cápita se calculó en el entorno de los 25 mil pesos.

El Índice Medio de Salarios, elaborado por el INE, en el primer

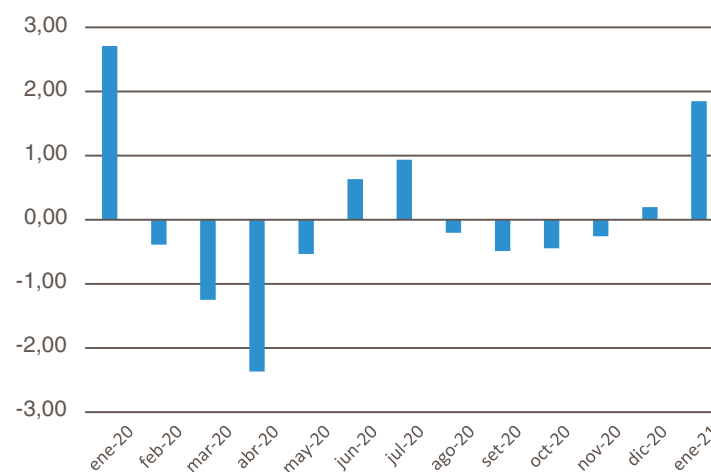
mes del año creció 3.5%. Cabe recordar que, por lo general, los ajustes salariales se dan este mes, por lo que la variable interanual brinda mayor claridad sobre el avance de los salarios nominales. En enero de 2021, el índice registró un incremento de 6.3% respecto al mismo mes del año anterior, y se observa una desaceleración del indicador respecto a los meses anteriores.

El Índice de Salario Real muestra el progreso del poder adquisitivo -es la variable de salario ajustada por la inflación-. En enero de este año, según el INE, el indicador aumentó 1.9% respecto a diciembre de 2020 pero cayó 2.4% respecto de enero de 2020. La caída en el índice se observa desde marzo de 2020 para la medición interanual. 📉



Sofía Tuyaré
Economista,
integrante del
departamento de
Consultoría de
CARLE & ANDRIOLI,
firma miembro
independiente de
Geneva Group
International.

Índice de Salario Real, variación mensual (%)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE.

AEROPUERTOSVIPCLUB

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

aeropuertosvipclub

+598 99 673 891

Esteban Pignanelli
CEO de Seguros SURA Uruguay



En el ADN de Seguros SURA están presentes valores innegociables para quienes formamos parte del equipo

Escribe: Oscar Cestau | [@OCestau](#)

Innovación es el concepto que Pignanelli utiliza para definir a Seguros SURA. Esta valoración se sustenta, a su vez, en pilares como respeto, responsabilidad, transparencia y equidad. Eso, remarca, ha sido el diferencial para que más de 200 mil clientes elijan a la compañía a través de sus diferentes líneas de negocio.

La pandemia del covid-19 aceleró procesos de transformación que se venían dando en la gestión de la organización, sobre todo con la incorporación de herramientas tecnológicas; todo sin descuidar la calidad de atención y servicio y cuidando al máximo al equipo de trabajo que, en opinión del ejecutivo, es el recurso más valioso que posee la empresa.

Qué características tiene el mercado de seguros local, cómo se trabaja a la hora de diseñar nuevos productos, cómo es el vínculo con los corredores y cuál es la estrategia para crecer en el país son algunas de las interrogantes sobre las cuales Pignanelli pone foco en una extensa charla con **Empresas & Negocios**, donde también cuenta aspectos de su vida.



Dónde nació?

Nací en el barrio Unión, típica zona de emigrantes italianos en aquellos años.

¿Cómo estaba conformado el hogar?

Por mi madre, con un gran empuje de superación; por mi padre, un trabajador incansable, calabrés y de profesión Maestro Sastre; y mi hermano, referente natural del hogar,

siete años mayor que yo.

¿Qué recuerdos tiene de la infancia?

La alegría de jugar sin límites.

¿Dónde estudió?

Mis estudios básicos fueron en la educación pública, luego obtuve una licenciatura de Marketing y posgrados de management en la universidad de Thunderbird, en Arizona, Estados Unidos.

¿Cuándo decidió que el Marketing era lo que quería estudiar?

En el año 1998 tuve mi pasaje laboral por Inglaterra, el cual me brindó la posibilidad de vivir una experiencia mucho más abarcativa del mundo empresarial, por lo que estudiar Marketing me brindaba esa visión integral de los negocios.

¿Cómo empezó su periplo laboral? ¿Cuál fue su primer trabajo?

Trabajé con mi padre en el taller muy poco tiempo, luego coconducía un programa de radio de la colectividad italiana y con un amigo filmábamos cumpleaños de 15 con aquellas cámaras pesadas con VHS.

A los 19 años inicié mi periplo en la industria aseguradora, viviendo fusiones, integraciones regionales, pasaje internacional y finalmente adquisiciones.

Usted formaba parte de RSA, cuando el Grupo Sura adquirió la operación. ¿Cómo vivió ese cambio y la transformación de la empresa?

Fue un proceso de cambio muy fluido e integrador, con una cultura Sura orientada a las personas y una fuerte impronta latinoamericana.

¿Cómo definiría el ADN de Seguros Sura?

Sin lugar a dudas, en el ADN de Seguros SURA, están presentes valores innegociables para quienes formamos parte de este equipo, tales como la ética, la transparencia, la responsabilidad y el compromiso con el que desarrollamos las diferentes tareas a diario. A lo largo de más de 75 años en el mercado latinoamericano nos hemos distinguido por nuestros valores, y diferenciado por el permanente foco puesto en las personas, sus necesidades y contextos.

¿Qué es Seguros Sura hoy en Uruguay?

Seguros SURA es una compañía que se distingue por ser innovadora, que proporciona soluciones dinámicas, que acompaña a sus clientes acercándoles propuestas de valor. Esto nos ha permitido posicionarnos en un lugar destacado dentro del segmento de aseguradoras.

Respeto, responsabilidad, transparencia y equidad son los pilares que han sustentado nuestro accionar desde el comienzo de nuestras operaciones. Nuestro valor diferencial es la gestión de tendencias, con una nueva mirada en el ecosistema de los clientes. Esto nos ha llevado a que a nivel local más de 200 mil clientes nos elijan día a día, posicionándonos en el top 3 de compañías aseguradoras.

¿Qué cambios trajo aparejado la pandemia en materia de gestión?

La pandemia del coronavirus covid-19 aceleró un proceso de transformación que se venía dando en la gestión de la compañía, buscando resultados beneficiosos para nuestros colaboradores y clientes a través de la incorporación de nuevas herramientas, principalmente tecnológicas. En ese sentido, estamos satisfechos con los resultados que hemos obtenido hasta el momento, ya

que hemos conseguido mantener el nivel de calidad de atención y servicio cuidando al máximo a nuestro recurso más valioso: las personas que trabajan con nosotros.

Y en el mercado de los seguros, ¿cuáles fueron las transformaciones?

Esta situación generó inevitables transformaciones y nos obligó a trabajar con un corto margen de tiempo para adaptar nuestras soluciones y servicios a las condiciones actuales del mercado de seguros. Los riesgos ya no son los de antes y hay una imperiosa necesidad de identificar los

“El gran desafío es mantener nuestras soluciones ajustadas de forma permanente a estas transformaciones, que se generan en la sociedad de forma cada vez más acelerada, y anticiparnos a los cambios”.



nuevos desafíos y anticiparse a esos cambios. Sin dudas, como también aconteció en otros rubros, la pandemia aceleró procesos de digitalización dentro de la organización e impulsó la virtualidad. Trabajamos para estar cerca y presentes a pesar de la distancia, rediseñamos procesos de cara al cliente y optimizamos tiempos de respuesta.

Para lograrlo, mantenemos un constante registro de las tendencias de los consumidores y el comportamiento de las empresas para dar una respuesta concreta y real a nuestros clientes.

¿El covid-19 y las posteriores consecuencias los llevaron a desarrollar productos que antes no estaban en el centro del negocio?

Sí. Sin lugar a duda, a raíz de la pandemia el mundo cambió y se transformó. Esta coyuntura especial nos recordó a todos que la salud y la vida son lo más importante. En ese sentido, lanzamos la nueva Solución de Vida/Covid-19, atendiendo a las necesidades y preocupaciones actuales de la población. La misma incluye cobertura ante diagnóstico de covid-19, cobertura de fallecimiento por cualquier

causa y servicio de Segunda Opinión Médica, entre otras prestaciones.

Por otra parte, Seguros SURA lanzó la solución 'Seguro por kilómetro' para responder a una situación de menor movilidad de las personas.

“Somos una firma que apunta a la sostenibilidad y buscamos ser referentes en esa área”.

La empresa apunta a lanzar productos innovadores. ¿Cómo se trabaja a la hora de diseñarlos?

La vida transcurre a un ritmo vertiginoso, y en ese contexto se producen cambios constantes en el comportamiento de las personas. En ese sentido, la principal consigna de Seguros SURA es estar cerca de la gente para detectar sus prioridades, preocupaciones y necesidades. El gran desafío es mantener nuestras soluciones ajustadas de forma permanente a estas transformaciones, que se generan en la sociedad de forma cada vez más acelerada, y anticiparnos a los cambios. En los detalles mínimos es donde surge la innovación y los productos que nos destacan en el mercado. En ese sentido, Seguros SURA se posiciona como una empresa “solucionadora”, es decir, como una firma que a través de sus propuestas crea valor para sus clientes, con productos y servicios que resuelven necesidades y entregan bienestar a las personas.

¿Cómo explica el concepto de que Seguros Sura no vende seguros para autos, sino que vende soluciones en movilidad? ¿Cuál es la significación de esa concepción?

Siguiendo la línea de la innovación, buscamos un concepto más integral y no solo centrado en el tradicional seguro para vehículos. Movilidad, hábitat y empresas son los ecosistemas

Adaptarse a los cambios de los consumidores

¿Cuál es la estrategia de Seguros Sura para crecer en Uruguay?

Nuestra visión estratégica está basada en poner a las personas en el centro y anticiparnos para entender sus necesidades, motivaciones e incertidumbres de manera de brindarles bienestar y competitividad a sus vidas. Es por eso que nuestras soluciones son dinámicas y están siempre buscando adaptarse a los cambios de los consumidores. Nuestro rol ya no es solo estar presentes cuando se producen siniestros o se generan situaciones imprevistas, sino que el propósito es acompañar a las personas y darles seguridad en cada uno de los aspectos de su vida. Lanzamos 'Empresas SURA', que acompaña a las pymes no solo en sus riesgos operativos, como cualquier póliza de seguros, sino también en sus riesgos estratégicos, como ser su desarrollo y crecimiento para mejorar su competitividad y sostenibilidad del negocio con prestaciones como soporte financiero, legal y tributario o potenciándolas con la planificación.



Portugués en Dickens

**CLASES ONLINE
Y PRESENCIALES**

Inscripciones

ABIERTAS

COMIENZO: ABRIL

WhatsApp: 099736653

portugues@dickens.edu.uy

www.dickens.edu.uy



@dickensuruguay



Un mercado competitivo

¿Qué características tiene el mercado de los seguros local? ¿Qué nos diferencia con otros países de la región donde Sura tiene presencia en el negocio de seguros?

El mercado de seguros local es heterogéneo y, por ende, competitivo, algo que nos impulsa a trabajar de forma constante para innovar y ofrecer las mejores soluciones generando valor a nuestros clientes. Nos llena de orgullo que año a año nuestros clientes nos elijan y respalden, demostrándonos que vamos por el camino correcto. En regiones donde el mercado de seguros está más desarrollado, la oferta de seguros de vida es primordial, no existen segmentos con monopolios y los seguros médicos son parte de la industria aseguradora. Creemos que por ahí pasan las oportunidades de desarrollo local.

que aglutinan las diferentes prestaciones que ofrecemos asociadas a las pólizas. El hecho de pretender ser una solucionadora, más que una aseguradora, hace que pensemos en ir más allá, sin limitarnos en un segmento específico.

No importa en qué se traslade la persona, lo que interesa es que esté acompañada, independientemente de sus necesidades y de cómo se mueva, ya sea en un auto, en una moto, en bicicleta, en patín eléctrico o caminando. Esos cambios en las tendencias logramos anticiparlos gracias a la utilización de los observatorios que Seguros SURA implementó a nivel local y regional. Se trata de equipos multidisciplinarios que están todo el tiempo captando las señales del mercado y decodificándolas. Analizamos los diferentes ecosistemas y tratamos de anticipar hacia dónde van las tendencias para poder adaptar nuestras soluciones a las nuevas necesidades.

Por ejemplo, la prestación 'SURA te lleva', que permite contar con un chofer a disposición cuando no querés manejar, está disponible para cualquier cliente de Seguros SURA, no necesariamente para los que contraten una póliza de autos. También hay otras soluciones independientemente del objeto que tenga asegurado el cliente. A modo de ejemplo, identificamos que cuando las personas se van de va-



caciones muchas veces no tienen posibilidad de llevar las bicicletas en el auto. Para esos casos, ofrecemos la posibilidad de traslado ida y vuelta desde y hacia Maldonado. Otro claro ejemplo de soluciones diseñadas para satisfacer necesidades específicas fue una prestación que lanzamos durante el verano para atender situaciones que detectamos durante la temporada estival. En ese caso, acercamos soluciones a los clientes que se trasladaban en moto. Ante una tormenta, les brindamos la posibilidad de guardarles la moto y traérsela de regreso.

¿Cuál es el balance que hace de Empresas SURA para pymes? ¿Es un producto que ha logrado posicionarse en el mercado?

A un año del lanzamiento oficial de Empresas SURA estamos ampliamente satisfechos con el desempeño que hemos tenido en el acompañamiento de las pymes y en la consolidación que hemos logrado en el mercado.

La realidad actual nos ha mostrado que las empresas quiebran porque no tienen la capacidad de retener a su capital humano, porque no cuentan con una planificación o un respaldo que les permita mantenerse en el mercado y ser competitivas, y no por otros factores, como la inseguridad o los siniestros de diversos tipos.

Por esta razón, creemos que la mejor forma de contribuir con el país en este contexto es brindando herramientas para que las unidades productivas continúen funcionando, que los motores sigan encendidos, y que las pymes -que son el pulmón de la economía uruguaya y las principales generadoras de empleo- se mantengan firmes.

En un año tan particular como fue el 2020 hemos asumido desde entonces que los riesgos de las empresas van más allá de los activos productivos, sino que también abarcan las capacidades del manejo empresarial, y el resultado que obtuvimos fue notoriamente satisfactorio.

Desde que comenzó a funcionar en el país, Empresas SURA ha trabajado con más de 220 empresas y son más de 12 mil las personas que visitaron su plataforma digital en busca de soluciones para sus negocios.

Quiero destacar, además, que se trabaja con empresas tanto de Montevideo como del Interior del país, y ya se está diseñando un programa de expansión regional, donde las empresas uruguayas podrán exportar sus servicios a los países en los que SURA está presente, con la tranquilidad de tener un aliado allí que los ayudará en todos los pasos, desde la puesta en funcionamiento en el país elegido hasta en la búsqueda de negocios y clientes.

Estamos convencidos de que parte de nuestro éxito en este producto se basa en haber podido financiar los riesgos operativos de una empresa y apalancar los estratégicos.

“Analizamos los diferentes ecosistemas y tratamos de anticipar hacia dónde van las tendencias para poder adaptar nuestras soluciones a las nuevas necesidades”.

Además, con el objetivo de contribuir con el cuidado del medioambiente, Empresas SURA inauguró en 2020 su local ubicado en Sinergia Design (Eduardo Víctor Haedo 2244) con una fuerte apuesta a la sustentabilidad en todos

los aspectos del nuevo espacio.

Somos una firma que apunta a la sostenibilidad y buscamos ser referentes en esa área. En ese sentido, trabajamos en tres grandes pilares: ecoeficiencia en la infraestructura y en la operación, educación ambiental de empleados y visitantes y devolución en un impacto favorable al medio ambiente y a la sociedad.

Por ello, reconociendo la importancia de acercar información de calidad sobre la sostenibilidad, Empresas SURA se propuso llevar a cabo capacitaciones sobre reciclaje y eficiencia energética, buscando fomentar la educación en la materia. Queremos mostrar que se pueden prestar capacidades siendo sosten-

tables, influenciando a los empresarios e impactando en las comunidades mediante la ecoeficiencia y el cuidado del medio ambiente, transmitiendo y contagiando a los empresarios pymes sobre los beneficios que trae una operación responsable, que cuida el medio ambiente y, al mismo tiempo, trae beneficios en reducción de costos.

¿Qué otros productos innovadores forman parte hoy de la cartera de Seguros Sura?

En este último tiempo nos hemos detenido en otros intereses que quizás antes de la pandemia no eran considerados con tanta importancia. La industria se ha focalizado durante 300 años en bienes materiales, cuando hoy las prioridades son diferentes y el valor no se mide únicamente en términos económicos. Hoy lo afectivo tiene un peso mayor, y si podemos contribuir a resguardar ese valor afectivo, ahí estaremos.

Un ejemplo de eso es el ‘Seguro para mascotas’, que nació luego de identificar la existencia de una tendencia creciente en la sociedad a jerarquizar el lugar de las mascotas dentro de las familias, y la respuesta del mercado frente a ese comportamiento a través de restaurantes pet friendly, hoteles caninos o cementerios para mascotas.

Lo mismo sucede con el ‘Seguro de bicicletas’, que fue un producto sumamente innovador cuando lo implementamos hace cinco años.

En 2017, la compañía puso en el mercado ‘Sura Garantía de Alquiler’, conformando una cuarta opción de este tipo en la plaza. ¿Cuál es la evaluación hoy, casi cuatro años después de lanzado?

Muy buena. Si bien se trataba de un área inexplorada para Seguros SURA, pudimos consolidarnos en el mercado



gracias al respaldo que nos da la trayectoria de la compañía. Desde el inicio trabajamos con la misma premisa de generar una solución integral y no limitarnos simplemente a la garantía de alquiler. De ese modo, logramos ofrecer otros beneficios, como asistencia domiciliaria ante emergencias en cerrajería, vidriería, electricidad o plomería, tanto para el propietario como para el inquilino.

**¿Cómo es el vínculo con los corredores?
¿La pandemia cambió la modalidad de contacto?**

Afortunadamente, el vínculo con nuestros corredores no se ha afectado, a pesar de las restricciones que existen en el marco por la pandemia. No obstante, las modalidades de contacto se han ajustado a la realidad que impone la nueva normalidad, pero seguimos trabajando para que la cercanía se mantenga de todas formas, aunque sea virtual. En diciembre, por ejemplo, presentamos un Centro de Asistencia al Corredor, con un equipo de Emisión y otro de Servicio que se encargan de temas de manera más personalizada y detallada. Esto ha conseguido mejorar aún más la relación con nuestros corredores y facilitar la comunicación.

¿Cómo evalúa la presencia de Seguros Sura en el Interior? ¿Hay planes para esa zona del país?

Uno de los objetivos planteados en los últimos años ha estado referido a la descentralización de los servicios. Por ese motivo, nuestras soluciones no solo están pensadas para el cliente de Montevideo, sino también en el resto del país. Por ejemplo, ofrecemos un innovador seguro que se llama 8-ruedas, orientado a zonas donde el uso de vehículos birodados está más extendido, como el litoral. Allí, para cruzar el puente a las ciudades limítrofes argentinas, como Concordia o Gualguaychú, tenías que contar con un seguro, sin importar el medio de transporte utilizado. Con el seguro 8-ruedas, se brinda cobertura para auto, moto o bicicleta.

¿Cuál es el peso del Interior en el negocio de la compañía?

A pesar de que el mayor peso continúa estando concentrado en Montevideo, Seguros SURA se afianza cada vez más en el resto del país. Esto nos entusiasma como empresa porque se generan nuevos desafíos, por las características propias de cada localidad y departamento.

¿Cómo valora CARS, que ofrece una multiplicidad de servicios?

Estamos muy contentos de haber concretado la adquisición de CARS -hoy CASS-, una plataforma que nos brinda en exclusividad el servicio de coordinación con proveedores y el alquiler de vehículos. Es una señal fuerte que refleja el compromiso de Seguros SURA con Uruguay y la confianza que Grupo SURA tiene

“Nuestro rol ya no es solo estar presentes cuando se producen siniestros o se generan situaciones imprevistas, sino que el propósito es acompañar a las personas y darles seguridad en cada uno de los aspectos de su vida”.



*Dicen que las manos
son la herramienta del alma,
es poner lo mejor de sí mismo
para crear algo único...*

*Y es así
como hacemos las cosas.*



RUSCONI



SEÑAS DE IDENTIDAD

Esteban Pignanelli tiene 49 años, está casado con Natalia y tiene tres hijos -Franco, Enzo y Mauro-.

¿A qué imagen de su vida le sacaría una foto y la colgaría en su casa?

Subiendo el Etna.

¿Qué hobbies tiene?

Germinar semillas de árboles autóctonos.

¿Hincha de?

Peñarol.

¿Qué está leyendo actualmente?

El misterio del solitario, de Jostein Gaarder.

¿Una comida?

Pulpo a la gallega.

¿Una bebida?

Whisky sin hielo.

Si no fuera el CEO de Seguros Sura, ¿en qué otra cosa le hubiera gustado trabajar?

Maestro de escuela rural.

¿Tiene alguna frase de cabecera?

Antes de la acción siempre hay un pensamiento.

¿Qué seguro no contrataría nunca?

Jeje...

¿Un rincón de Montevideo?

Plaza Virgilio.

¿Su lugar en el mundo?

Stonehenge.

¿Qué tres características lo definen?

Directo, divertido y esquemático.



en su equipo de trabajo local. Esta compra nos permite potenciar nuestra estrategia para ofrecer mayores prestaciones a nuestros clientes, principalmente en el Interior del país, como mencionaba anteriormente.

Hoy, al tener una empresa de prestaciones exitosa, con más de 20 años de experiencia trabajando con nosotros, estamos en mejores condiciones de ejecutar esa estrategia de forma centralizada.

La empresa apoyó la campaña 'Nos Cuidamos entre todos'. ¿Qué reflexión hace de este tipo de iniciativas? ¿Qué representa para la compañía su participación?

Con la compleja situación que se generó a partir de la

“El mercado de seguros local es heterogéneo y, por ende, competitivo, algo que nos impulsa a trabajar de forma constante para innovar y ofrecer las mejores soluciones generando valor a nuestros clientes”.

que podemos aportar un granito de arena desde nuestro lugar para intentar mitigar las consecuencias negativas de esta emergencia sanitaria. 🙏

pandemia, sentimos la obligación y necesidad de estar más cerca de la gente, y fue por eso que decidimos sumarnos a la iniciativa 'Nos cuidamos entre todos', que recaudó más de US\$ 6.000.000 para la población más afectada. Desde que se creó esta campaña, acompañamos distintas iniciativas solidarias, como donaciones de ambulancias, respiradores y monitores para CTI o insumos como kits de diagnóstico, tapabocas y prendas para el personal de salud a la Administración de Servicios de Salud del Estado (ASSE).

A quienes formamos parte de Grupo SURA nos llena de orgullo saber



TIGGO 2 PRO

TU SUV, TU ESTILO.
FUN to pro.



DESDE USD 19.990

CONÓCELA EN CHERY Y SU RED DE CONCESIONARIOS.

100% FINANCIADO CON Santander
PAGANDO LA PRIMER CUOTA A LOS 90 DÍAS



Radio Touch 9"
AM/FM/Bluetooth/Mirror Link



Baúl con capacidad de 420 litros



Control de estabilidad y tracción

Garantía de 4 años
o 120 mil km.

LA SUSTENTABILIDAD DEL MOVIMIENTO

Un presente que implica recargar las energías



Más allá de una pandemia que azota a los países del mundo y es titular cada semana, la energía renovable y el transporte eléctrico parecen ser los protagonistas de los últimos años a nivel global. Uruguay no queda fuera de las grandes ligas, y desde hace casi dos décadas comenzó a priorizar las energías renovables para, posteriormente, expandir sus intereses a las tecnologías de la movilidad. **Empresas & Negocios** realizó una puesta a punto del tema a través de las consultas con actores nacionales vinculados a la materia.

Por: Jessica Vázquez  @JessVazquezL

Desde el año 2005, aproximadamente, comenzó un proceso de incremento de generación de energía eléctrica basado en recursos renovables no convencionales, y gran parte de esas inversiones fueron de UTE, en tanto otras se dieron en el ámbito privado. Actualmente, UTE es el ente encargado de instalar los puertos de carga de vehículos eléctricos, y hoy existen cerca de 70 de estos puntos distribuidos por gran parte del país.

Vinculado a esto está el asunto de la energía renovable. Un estudio elaborado por la Asociación Uruguaya de Generadores Privados de Energía Eléctrica (Augpee), basado en el impacto de las energías renovables en el costo del abastecimiento de las demandas, demostró que no solo las energías renovables son más baratas, sino que suponen un menor costo de generación y mayor rentabilidad.

Con esta investigación se cuantificó el impacto económico que tuvieron estas energías no convencionales en cuanto al abastecimiento de Uruguay en materia de electricidad. En ese sentido, se constató que, entre 2015 y 2019, el costo de generación eléctrica en Uruguay hubiera sido de US\$ 132 millones más por cada año, es decir, si no se hubieran desarrollado proyectos eólicos y solares a partir de 2010. En 2020, por su parte, la cifra hubiese ascendido a US\$ 140 millones más caro.

Ahora bien, ¿qué sucede con la creciente movilidad eléctrica en el país, especialmente en la capital? ¿Estamos preparados para dar un paso más en materia de vehículos eléctricos? ¿Las marcas ven con buenos ojos el desarrollo del país en ese sentido? ¿En qué parte del proceso se está actualmente? Para responder algunas de estas preguntas es que **Empresas & Negocios** dialogó con representantes de dos empresas referentes: UTE y Cutcsa, así como con Andrés Ferragut, investigador del grupo de Matemática Aplicada a Telecomunicaciones y Energía de la Universidad ORT.

En base a eso el presidente de Cutcsa, Juan Salgado, expuso el rol que está teniendo su compañía en materia de transporte eléctrico, y destacó que no se trata de algo reciente, sino que desde hace varios años se está estudiando y recopilando información a nivel internacional sobre cuáles son los combustibles alternativos al gasoil para impulsar



el cambio en la matriz energética del transporte público.

La empresa Cutcsa está asociada a la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), y al estar al tanto de las tendencias mundiales, en 2016 compraron un ómnibus eléctrico y lo pusieron a prueba en condiciones reales de servicio. De eso sacaron varias conclusiones, que fueron luego presentadas en congresos. Además, la compañía forma parte del Comité Latinoamericano de Movilidad Eléctrica de la UITP. Esto les permitió capacitarse a través del organismo, y ese conocimiento hoy se está volcando en el sistema de transporte.

Con ese coche adquirido comenzaron a hacer todas las pruebas de mantenimiento, duración de batería, tiempo de carga, entre otras cosas. “Eso nos permitió llegar al año 2019, cuando el gobierno impulsó una compra importante de unidades eléctricas. Una de las conclusiones que sacamos fue que la opción del híbrido no está dentro del menú, porque uno de los elementos de ahorro principal del eléctrico no es solamente el combustible, sino todo lo que refiere al mantenimiento”, explicó el presidente de Cutcsa.

Un coche híbrido cuenta con unas 4.000 piezas, en tanto, un eléctrico lleva de 400 a 500, de manera que simplifica el mantenimiento así como los costos. “En ese sentido, definimos que el siguiente paso iba a ser el eléctrico”, concluyó Salgado.

Oportunidades de mejora

El ejecutivo indicó que también se detectaron al-

Un coche híbrido cuenta con unas 4.000 piezas, en tanto, un eléctrico lleva de 400 a 500, de manera que simplifica el mantenimiento así como los costos.



“Estas unidades tuvieron un beneficio y un precio menor, pero eso no cubre ni cerca la inversión que se realizó en la terminal de carga y los talleres”, detalló Salgado.

gunos elementos a mejorar con las nuevas tecnologías; uno de ellos es el tiempo de carga. Las nuevas unidades que comenzaron a circular en febrero de 2020 llevan unas cinco horas para completar la batería, por eso se entiende como un elemento a perfeccionar, por una cuestión de logística de los propios estacionamientos.

Otro de los temas es la autonomía. Con el coche cargado no se pueden hacer todos los recorridos de los circuitos de Cutcsa. Se busca que puedan llegar a trabajar como mínimo dos turnos, para que las cargas sean solamente de noche. “El tema de los beneficios que se le da al precio de la electricidad es porque en horas de la noche hay un excedente, pero si tuviéramos que cargar en horas del día los costos ya no tendrían la misma ventaja, sería lo mismo que cargar gasoil”, detalló el entrevistado.

En 2019 fue que se realizó la compra de las 20 unidades que están en circulación desde febrero de 2020. “Los tuvimos que poner en recorridos especiales por un tema de autonomía. Además de eso, nuestra empresa se puso en condiciones para dar pasos hacia la incorporación de más unidades, desarrollando una terminal que tiene la posibilidad de cargar hasta 100 unidades”, explicó.

En esa línea se hicieron inversiones en los talleres, ya que al cambiar unidades a gasoil por eléctricas, no solamente cambia la matriz energética, sino también la logística de los talleres. Estos pasan a ser lugares que tienen que tener más seguridades

por trabajar con corriente, y gran parte de la actividad se produce en el techo de la unidad y no en una fosa. “Estas unidades tuvieron un beneficio y un precio menor, pero eso no cubre ni cerca la inversión que se realizó en la terminal de carga y los talleres”, detalló Salgado.

La visión técnica

Marcello Gargaglione es jefe de Departamento e Investigación de Cutcsa. Con él se abordó, técnicamente, qué implica contar con unidades eléctricas de gran porte como son los ómnibus. Explicó que con la llegada de estas unidades, como indicó Salgado, se construyó un centro de carga en la planta Añón, ubicada en José Pedro Varela esquina José Batlle y Ordóñez.

Este proyecto, a costo de Cutcsa, prevé el suministro de energía para la futura carga de 100 unidades eléctricas, pero en una primera etapa se realizaron obras de infraestructura para tener cargadores que aseguren la carga de 21 ómnibus.

Por otra parte, y en el mismo sentido, se desarrolló, conjuntamente con Enlex (multinacional de energía con amplia experiencia en proyectos de movilidad eléctrica internacionalmente), un sistema de seguimiento de flota y estado de carga. El mismo permite monitorear en tiempo real los estados de carga, habilitar la carga en horarios convenientes de acuerdo a la tarifa diferencial y la facturación de la energía consumida correspondiente a cada unidad.

En lo que respecta al mantenimiento de estos

El camino está marcado

Las expectativas que posee el presidente de Cutcsa es la confirmación de que al salirse de la matriz energética del petróleo, la mejor opción es el coche eléctrico.

La compañía está en pleno esfuerzo para llegar a las 100 unidades en su infraestructura, lo único que falta es avanzar con las condiciones económicas, aspecto que la pandemia por covid-19 ha frenado. “La experiencia es muy buena. No es que hace un año estamos con este tema... Estamos en esto desde 2016, y todo lo que tenemos es la confirmación de que este el camino que hay que seguir”, añadió.

Indicó, además, que es necesario seguir mejorando y pidiendo a proveedores y armadores una mayor durabilidad de las baterías, que se carguen en el menor tiempo posible y que la autonomía permita trabajar durante todo el día. “Ahora estamos hablando de transporte urbano, pero hay que hacer el camino para el transporte interdepartamental”, proyectó.

NUEVAS EXPERIENCIAS,
NUEVAS FORMAS
DE MANEJARLAS.



NUEVA

SONG 2020 Pro EV

| Una SUV que llega para revolucionarlo todo.

El primer vehículo disponible en Uruguay en tres plataformas motrices diferentes: a combustible con caja manual o automática, híbrida o 100% eléctrica con una autonomía de hasta 500 km.

USD 56.990



Build Your Dreams

ómnibus, los técnicos de BYD brindaron capacitación a los técnicos y conductores de la compañía, de forma que, en principio, conjuntamente se encargaron del mantenimiento, generando las capacidades para que luego se realice totalmente a cargo de los talleres del personal de Cutcsa, relató Gargaglione.

Un gran beneficio ambiental

Entre las ventajas que el entrevistado nombró respecto al transporte eléctrico, sin lugar a dudas estuvo el beneficio ambiental. Es que se trata de vehículos con cero emisiones de CO₂ y de material particulado. “Además, son silencios, entonces tampoco producen contaminación sonora”, agregó.

Otro detalle que mencionó el técnico de Cutcsa es que, por sus características, estos buses son muy bien apreciados tanto por el personal de conducción como por los usuarios. “Representan un salto de calidad en el sistema de transporte. De todas formas, hay que tener en cuenta que la autonomía puede ser un problema. En nuestro caso, un coche eléctrico podría realizar dos turnos diarios en aproximadamente un 20% de los servicios”, detalló.

Respecto a esto último, explicó que la duración de la carga depende de varios factores, como la ruta, el clima y el tipo de conducción. “En esta primera etapa en la que estamos, los servicios están planificados de forma tal que se puedan realizar dos turnos sin inconveniente”, dijo Gargaglione.

En cuanto a las recargas, las mismas se realizan en horario nocturno en tarifa ‘valle’, de 00:00 a 07:00 horas, y la duración depende del porcentaje de carga con la que llega el bus, pero oscila entre 2:30 a 4:00 horas.

En pos de mejores condiciones

Los 20 coches eléctricos de Cutcsa que circulan por la ciudad están dedicados a líneas exclusivamente atendidas por el CE1, DE1 y E14, de acuerdo al modelo actual de planificación de servicios. “Es de esperar que el desarrollo de la tecnología y la generación de condiciones que posibiliten realizar recargas intermedias permita mayores autonomías, facilitando la incorporación de estos buses en otras líneas”, agregó el entrevistado.

Según explicó Gargaglione, estas unidades tienen una ecuación económica diferente a la de los vehículos convencionales. Por un lado, la energía eléctrica tiene un costo menor que el gasoil y, por otro, se espera también tener menores costos de mantenimiento al contar con una menor cantidad de componentes mecánicos.

Pero por otro lado, la vida útil de las baterías, que es un componente costoso -aproximadamente el 50% del valor del vehículo-, tiene una garantía de ocho años, o sea, la mitad de la vida útil de un ómnibus convencional. “Desde la empresa seguimos atentamente la evolución de alternativas al uso del gasoil como combustible. El ritmo de renovación de flota dependerá de los avances tecnológicos que permitan aumentar la autonomía, optimicen la capacidad de transporte y reduzcan los precios de las unidades”, aseguró el entrevistado.

La pieza fundamental de la transición energética

La presidenta de UTE, Silvia Emaldi, brindó también su visión de cómo viene trabajando Uruguay a nivel estatal en la gestión y desarrollo de la movilidad eléctrica, que está en pleno crecimiento y que ya es innegable que será la alternativa al combustible. Alineado con esto, dijo a **Empresas & Negocios** que la movilidad eléctrica es una pieza

“Los eléctricos representan un salto de calidad en el sistema de transporte. De todas formas, hay que tener en cuenta que la autonomía puede ser un problema”, dijo Gargaglione.

Una mirada futurista

“En nuestra opinión visualizamos que el futuro del transporte colectivo de pasajeros pasa por los vehículos eléctricos”, sentenció Gargaglione. Indicó que en Uruguay, el modelo de ómnibus eléctricos con baterías de carga lenta está directamente relacionado con el mejor aprovechamiento de la matriz de generación de energía del país.

Añadió que un factor clave, además de la evolución de los vehículos, “resulta en asegurar la continuidad del suministro de energía con las bonificaciones de precio actuales y propiciar nueva infraestructura y tarifas ‘valle’ durante el día a fin de general la oportunidad de recargas intermedias que ayudarían a mejorar la autonomía”.

RUJA ELÉCTRICA



NACE UNA NUEVA FORMA DE VIAJAR

UTE presenta la primera **Ruta Eléctrica de América Latina**. Ahora podés viajar en tu vehículo eléctrico gracias a los puntos de carga ubicados en estaciones ANCAP. Es el primer paso hacia una **red de recarga que unirá todo el país** a través de las principales rutas nacionales.

El futuro es eléctrico, UTE te acompaña.



Descargá la app **UTE Mueve** en:



La energía que nos une

“Se necesita acelerar la adopción de vehículos eléctricos en el transporte público y de empresas, pero además impulsar la sustitución de vehículos térmicos por eléctricos en el sector particular”, afirmó Emaldi

fundamental de la transición energética que se está desarrollando a nivel mundial, con el objetivo de reducir las emisiones a la atmósfera de gases contaminantes.

“Se necesita acelerar la adopción de vehículos eléctricos en el transporte público y de empresas, pero además impulsar la sustitución de vehículos térmicos por eléctricos en el sector particular”, afirmó Emaldi. Agregó que para ello hay que profundizar los incentivos que se dan al sector, continuar con el despliegue de la red de recarga pública y privada y desarrollar nuevos productos y tecnologías para aprovechar el aporte de estos coches como fuente de flexibilidad con el uso de cargadores inteligentes.

Entre los beneficios que aportan estos vehículos, destacó la sustitución del consumo de combustibles fósiles por energía de origen renovable, “ya que contribuye a contener el cambio climático y mejora la calidad del aire y la contaminación sonora en las ciudades”.

Por otra parte, sostuvo que se logran niveles de eficiencia muy altos con los vehículos eléctricos, pudiendo alcanzar una relación de 15 a 1 entre el costo de nafta y el costo de energía eléctrica para los clientes que tienen una tarifa inteligente multi-

horario y realizan la carga de su vehículo en horas de la noche.

UTE, por su parte, apoya la introducción de más vehículos eléctricos por parte de las marcas. “Disponemos de la energía necesaria para cubrir el crecimiento de la demanda, contamos con las tarifas inteligentes, que son muy convenientes, y estamos trabajando activamente para ampliar la red de recarga pública”, explicó la presidenta del ente.

Desde la Dirección Nacional de Energía del MIEM se está impulsando un plan interinstitucional donde, en coordinación con el Ministerio de Ambiente, Ministerio de Economía, intendencias, Ancap y UTE, se están desplegando una serie de acciones para acelerar el ritmo de la movilidad eléctrica en Uruguay.

La inteligencia hecha materia

El Grupo de Matemática Aplicada a Telecomunicaciones y Energía (MATE) de la Universidad ORT, se estableció en 2005 y orienta sus investigaciones al estudio, mediante herramientas matemáticas, de diversos sistemas complejos de ingeniería. En particular, se estudian las Redes de Telecomunicaciones y las de Energía Eléctrica, a los efectos de evaluar su desempeño y mejorar sus mecanis-



¿Cómo se gestiona el sistema de cargas?

Emaldi subrayó que los clientes que cuentan con vehículos eléctricos pueden cargar los mismos en sus domicilios mediante la instalación de un Sistema de Alimentación de Vehículos Eléctricos (SAVE), que les permite realizar la carga en forma segura además de poder gestionarla para aprovechar al máximo los precios reducidos de las tarifas inteligentes de UTE.

Los clientes que necesitan realizar la carga del vehículo fuera de su domicilio disponen de la red de recarga pública que cuenta con 68 puntos de carga distribuidos en Montevideo, ciudades del Interior del país y en las rutas nacionales. “Estamos trabajando para densificar la red de recarga, con el objetivo que cada 50 km haya un cargador instalado en las rutas nacionales”, añadió.

UTE está promoviendo, además, la instalación de puntos de carga en centros comerciales, grandes superficies, estacionamientos, vía pública, empresas, edificios y residencias. Asimismo, se está gestionando la incorporación de nuevos prestadores de servicios de recarga energética.

Quienes cuenten con coches eléctricos deberán solicitar una Tarjeta de Carga de Vehículo Eléctrico completando un formulario en la web de UTE. Podrán descargar la App UTE Mueve en su celular para ubicar el punto de recarga más cercano y, una vez allí, podrán recargar el vehículo utilizando la tarjeta de carga habilitada.

mos de asignación de recursos y control.

Se ha trabajado en diversos temas de actualidad en las redes de telecomunicaciones, tanto las cableadas de alto porte como inalámbricas: control de congestión, ruteo y acceso en internet; control multicapa y de contención en redes inalámbricas; tarificación en redes multiservicio; sistemas peer-to-peer.

En el área de sistemas de potencia, el trabajo reciente se ocupa de los mercados eléctricos y las redes inteligentes (*Smart Grid*), en particular la configuración dinámica de redes de distribución y el uso de agregados de cargas para regulación. “Uruguay tiene una posición ideal para impulsar la movilidad eléctrica; se vienen haciendo esfuerzos de los gobiernos en promoverla con la importación de vehículos con beneficios fiscales, por ejemplo. Creo que el siguiente paso es empezar a proveer de infraestructura de carga, porque si uno tiene un vehículo debe poder cargarlo”, comentó Ferragut.

En ese sentido, el entrevistado dijo a **Empre-**

sas & Negocios, que se tiene un proyecto de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) del Fondo Nacional de Energía vinculado a la gestión de recarga de vehículos eléctricos. “La idea de este proyecto es estudiar qué podemos hacer para cargar los vehículos de manera inteligente, porque la recarga de un vehículo eléctrico lleva mucho tiempo; si bien hay cargadores rápidos y tecnología, igualmente lleva horas”, explicó.

El grupo entiende que es necesario ser inteligente en la gestión de las recargas por varias razones: si se carga en domicilio hay que prever el consumo del hogar, que no perturbe; si es en un lugar público hay que ver cómo llevar la energía a esos puntos, porque si varios vehículos se conectan en el mismo lugar no dará abasto. Además, dijo que asociado a la infraestructura de carga, lo que hay que hacer es utilizar la red eléctrica inteligentemente para poder aprovechar mejor los recursos, tanto de las energías renovables como de las infraestructuras instaladas.

“Necesitamos encontrar algoritmos que, de manera inteligente, decidan cuál es la mejor forma de cargar los vehículos eléctricos”, subrayó Ferragut.

Todos los días

50%
OFF

EN TODOS LOS VINOS



Beneficio válido para almuerzo y
cena

Panini's

Reservas al
2622 1232
094 985 000

Abierto de Martes a Domingo

26 de marzo 3586

25% dto en toda la carta

Desde la Dirección Nacional de Energía del MIEM y otros organismos, se están desplegando una serie de acciones para acelerar el ritmo de la movilidad eléctrica en Uruguay.

Acompañar la revolución

En los últimos años está habiendo una revolución en la red eléctrica, dado que cambió la forma en que se piensa la generación de energía renovable. “Esta energía no es gestionable, no podemos parar o activar el viento o la luz solar, por eso hay que aprovecharla cuando está disponible o tratar de almacenarla, y el almacenamiento también es algo que viene creciendo”, puntualizó Ferragut.

UTE está trabajando en instalar un sistema con respaldo en la localidad de Valentines, por ejemplo, y el grupo está colaborando con ellos en el diseño de la gestión de la batería. Esto significa que cambió la forma de generar, apareció la posibilidad de almacenar y creció la demanda en diferentes tecnologías, como los vehículos eléctricos, que son una demanda disruptiva y aumentará el consumo de energía.

“Tenemos una situación ideal en donde hay un montón de energía renovable que queremos aprovechar para las aplicaciones que se hagan, y hay que hacerla llegar de la mejor forma a los usuarios. Es necesario hacer esto para poder soportar todas estas nuevas tecnologías y demandas”, explicó el investigador.

Las redes eléctricas que se están construyendo actualmente son totalmente diferentes a la red tradicional, entonces se está pensando cómo hacer la distribución y ahí la matemática es crucial. “Se debe optimizar lo que tenemos de mejor manera y volver la red lo más inteligente posible; ahí es donde estamos metidos nosotros”, indicó el entrevistado.

“Los vehículos eléctricos pasan a ser una aplicación disruptiva en la red eléctrica, como lo fue Netflix en internet. Cuando se piensa en cómo era internet hace unos años nos cuestionamos cómo puede ser que podamos ver Netflix, lo que pasa es que en el medio ocurrió la fibra óptica, que es un enorme despliegue de infraestructura de acceso a la red de telecomunicaciones que lo permite”, ejemplificó Ferragut.

El problema es que no existe una fibra óptica para la energía eléctrica, no hay un equivalente. La capacidad de transmisión de energía que Uruguay tiene instalada son 800.000 kilómetros de cables enterrados que no se pueden cambiar de un día para el otro y se pueden sobrecargar. “Entonces, se debe ser inteligente al utilizarla; no es solo tener la energía disponible en donde están los generadores, sino hacer la energía a una aplicación completamente disruptiva”, afirmó.

Los algoritmos de la eficiencia

El equipo trabaja en la formulación del problema y modelado de utilización de puertos de carga, y se utiliza la matemática aplicada para resolverlo. El investigador dijo que si por ejemplo se colocara

una estación de carga en un shopping, se supone que habrá una cierta demanda que tendrá requerimientos de tiempo y de carga, y en base a eso hay que elegir a quién se le da prioridad para ser atendido, y no necesariamente que sea por orden de llegada.

“Necesitamos encontrar algoritmos que, de manera inteligente, decidan cuál es la mejor forma de cargar. Eso es un poco lo que planteamos. Si la estación de carga depende de energías renovables, entonces hay que ver en qué hora o lugar es mejor que se haga. La idea es considerar las variables para generar algoritmos que optimicen la performance del sistema de carga”, fundamentó.

Después de que el equipo trabajara durante años de manera teórica, hoy está en proceso de crear una startup para llevarlo a lo práctico. En particular, están colaborando con California Institute of Technology (Caltech), con quienes tienen proyectos parecidos de recarga de vehículos eléctricos. “Hemos colaborado estos años con visitas cruzadas. Eso ha sido un diferencial del grupo porque ellos están haciendo punta en instalación de cargadores inteligentes y hemos mejorado nuestros algoritmos con ellos”, dijo el entrevistado. ☞



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



NUEVA NISSAN **KICKS**

La SUV más equipada
del segmento.



DESDE
USD **26.990**

 **NISSAN
INTELLIGENT
MOBILITY**



Nissan Uruguay | www.nissan.com.uy