

# EMPRESAS & NEGOCIOS

PLAN VALE E  
INTENDENCIA  
DE CANELONES  
PROMUEVEN  
LA RECUPERACIÓN DE  
ENVASES  
RECICLABLES

ACADEMIA DE  
ECONOMÍA  
SEGURIDAD  
SOCIAL:  
ENTRE LA  
SOSTENIBILIDAD  
Y EL DÉFICIT

MACROECONOMÍA  
EL COMPLEJO  
ESCENARIO  
POR EL QUE  
TRANSITA  
LA ECONOMÍA  
ARGENTINA

TERESA AISHEMBERG  
MEDIO SIGLO DE  
HISTORIA EN LA UEU

**Fernando Viera**

Presidente de Porto Seguro Uruguay

# ASUMIR RIESGOS Y BRINDAR SERVICIOS



*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



Fernando Viera ingresó a Porto Seguro en 1995 y allí desarrolló su carrera empresarial. Como líder de la misma, en esta edición se refiere a la cultura de gestión que impulsa, habla del mercado y desglosa la cartera de productos que componen el portafolio de la compañía. Destaca la importancia de la centralidad del cliente, buscando una relación constante con este, siempre con una atención personalizada.

El pasado 13 de octubre, en la Cámara de Industrias del Uruguay, con la presencia de autoridades de esta organización y del gobierno de Canelones, Plan Vale firmó un convenio con la Intendencia de Canelones para promover la recuperación de envases reciclables.

El Plan Vale cuenta con alcance nacional y fue aprobado por el Ministerio de Ambiente en agosto de 2022, diseñado por un equipo integrado por varios expertos en la materia y en consulta con diversos actores de la cadena de valor. El mismo es impulsado por más de 2.500 empresas adheridas y la CIU, con el compromiso de otorgar valor a cada envase y material de envasado que se utilice en el hogar mediante su recuperación y reciclaje. En esta edición, brindamos detalles del acuerdo y el alcance del mismo.

En los últimos tiempos, y cada vez con más fuerza, el tema de la seguridad social acapara el debate público. La discusión se centra en torno a los cambios en la edad de retiro, en la profundización del sistema mixto de jubilación, la pertinencia de la existencia de las AFAP, si éstas deben o no invertir en activos del exterior y la sostenibilidad de las cajas paraestatales. Lo que queda claro es que mantener un sistema previsional solamente con un esquema de solidaridad intergeneracional sería deficitario en el largo plazo producto del cambio demográfico.

La válvula de escape a este problema podría ser un sistema mixto que incorpore un pilar de capitalización individual. Así lo establece Diego Rijos, ganador del Premio Academia Nacional de Economía 2017 y 2022, en su análisis de la columna de la Acadeco para **Empresas & Negocios**. Mediante este sistema, parte de los aportes previsionales van a un fondo conjunto de inversión, el cual permite que se invierta en activos financieros y se genere una rentabilidad, añade el autor en su análisis.

Teresa Aishemberg se despidió, tras 50 años de trabajo, de la Unión de Exportadores del Uruguay. Sobre su primer y último día formando parte de esta institución, su trayectoria y el futuro del sector habló con **Empresas & Negocios** la ahora exgerente general de la gremial de exportadores e integrante del consejo editorial de esta revista. Vivir una experiencia diferente y valorar el momento. Ese es el objetivo que cada vez más empresas y personas buscan ofrecer y adquirir. Desde tours que conectan a las personas con historias, personajes o lugares que hacen a la idiosincrasia de los uruguayos como los de Peatonal Tours, hasta regalos de experiencias como los de Bigbox o recorridos exclusivos en bodegas como los de H. Stagnari, son diversos los rubros que ofrecen propuestas de este tipo en Uruguay.

Están en **Empresas & Negocios**.

Pasen y vean...

EDICIÓN  
162



## 8. Desarrollo

Plan Vale suscribió convenio con la Intendencia de Canelones para promover la recuperación de envases reciclables.

## 10. Desarrollo

¿Cómo mantener un sistema de seguridad sostenible?

## 12. Macroeconomía

El complejo escenario por el que se mueve la economía argentina: alta inflación, contracción económica, múltiples tipos de cambio e incremento de la pobreza.

## 16. Perfiles

Teresa Aishemberg se despidió de la Unión de Exportadores tras 50 años de trabajo en la organización.

## 18. Entre vistas

Fernando Viera, presidente de Porto Seguro Uruguay.

## 27. Informe

Regalar experiencias, un modelo de negocio más allá de los productos y servicios.

# Marina Peralta Ramos

Gerente de Marketing y Ventas de Naterial Uruguay

**M**arina forma parte del equipo de Naterial, marca francesa especializada en mobiliario y decoración para los espacios exteriores del hogar, desde la llegada de la marca a Uruguay. En otras palabras, está desde el comienzo.

“Recuerdo cuando no teníamos ni siquiera showroom. Fue una experiencia completa trabajar desde la instalación del primer local en Car One Center”, recordó la gerente de Marketing y Ventas.

Ahora, mucho de lo que hace Naterial Uruguay, el primer showroom de la marca en Sudamérica, sirve como modelo para otros países.

“Como Naterial es una marca nueva, no solo en Uruguay, sino en el mundo, y nosotros somos el primer showroom de Sudamérica, mucho de lo que hacemos sirve como modelo para otros países”.

Para Peralta Ramos posicionar una marca francesa y nueva es uno de los principales desafíos de su rol. “Nuestro objetivo es hacer crecer a Naterial y estamos convencidos que con la calidad que la caracteriza y el

equipo que formamos, vamos por buen camino”, sostuvo.

## Una trayectoria marcada por el cine

La ejecutiva se formó en producción de cine y fotografía. Incluso, una de sus primeras experiencias laborales estuvo vinculada a la producción, en una película donde trabajaban José Sacristán, Luis Brandoni y Víctor Laplace. Luego participó también en la producción de “Caballos Salvajes”, una experiencia que, según asegura, le cambió la vida. “El cine es un ambiente súper creativo y especializado a la vez, donde se trabaja contrarreloj y con mucha presión. Todo debe estar sumamente previsto para poder hacer frente a los imprevistos. Creo que ser productora me sirvió para todos los aspectos de mi vida”, contó a **Empresas & Negocios**.

De estas experiencias y de su pasaje por la publicidad la entrevistada destacó el trabajo en equipo y la diversidad de personas. “Esto me permitió aprender a convivir con personas muy distintas a mí y a valorar esas diferencias”, agregó. Además, una de las personas que considera referentes en su camino profesional es su primer jefe en el mundo del cine, con el que trabajó en varias películas. “Con él aprendí mucho en cuanto a la vida, sobre todo a siempre ser curiosa y a sorprendernos de las cosas”, detalló. “Él me enseñó a confiar en mí, sin importar de dónde venía. También me dijo algo que siempre me quedó, que fue que a la gente se la conoce bien cuando tiene poder”, dijo la gerente.

## Argentina, la familia y los hobbies

La integrante de la gerencia de Naterial es argentina. De su país, dijo a **Empresas &**



**Negocios**, lo que más extraña es a su familia. “Somos una familia muy grande y esa ausencia se siente”, mencionó. De este lado del charco la acompañan sus dos hijos, mellizos, que tienen 15 años. En sus horas libres le gusta estar con sus hijos y acompa-

ñarlos en sus actividades deportivas. “También disfruto de estar con mis amigas, que por suerte encontré aquí en Uruguay”, resaltó. Otros de sus hobbies preferidos son tocar el piano, ver películas o salir a comer y le apasiona la fotografía y la pintura. ☺



# selfplus

El **programa** para que los **no socios** del **Hospital Británico** puedan **acceder a servicios** del Hospital Británico.

Self Plus te permite acceder a la **atención de excelencia** del Hospital Británico **sin restricciones de edad o condiciones médicas**.

Sé parte de una institución médica **referente en la región** y **disfrutá** de tarifas **preferenciales**.



Escaneá  
y conocé más

#### Solicitá más información:

✉ [selfplus@hospitalbritanico.org.uy](mailto:selfplus@hospitalbritanico.org.uy)

☎ 2487 1020 int. 2201



HOSPITAL  
BRITANICO



[www.hospitalbritanico.org.uy](http://www.hospitalbritanico.org.uy)



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

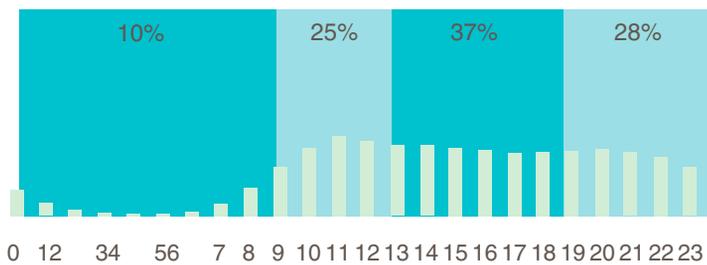


[@hospitalbritanico](https://www.instagram.com/hospitalbritanico)

# El perfil del comprador online en Uruguay

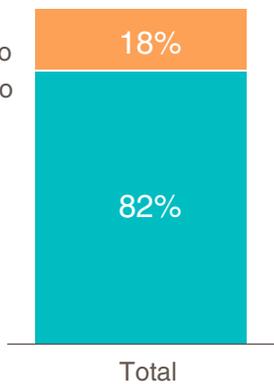
Un nuevo informe de Fenicio busca describir el estado actual de las compras online en Uruguay. La fuente principal de información para el análisis surge de las transacciones registradas en la plataforma; para la caracterización de la compra se analizan los datos de 1.500.000 transacciones realizadas en los últimos 12 meses. En esta edición de **Empresas & Negocios** te traemos los principales datos.

Hora del día



El momento de compra tiene su mayor actividad entre las 9:00 y las 23:00, con un pico a las 11 de la mañana.

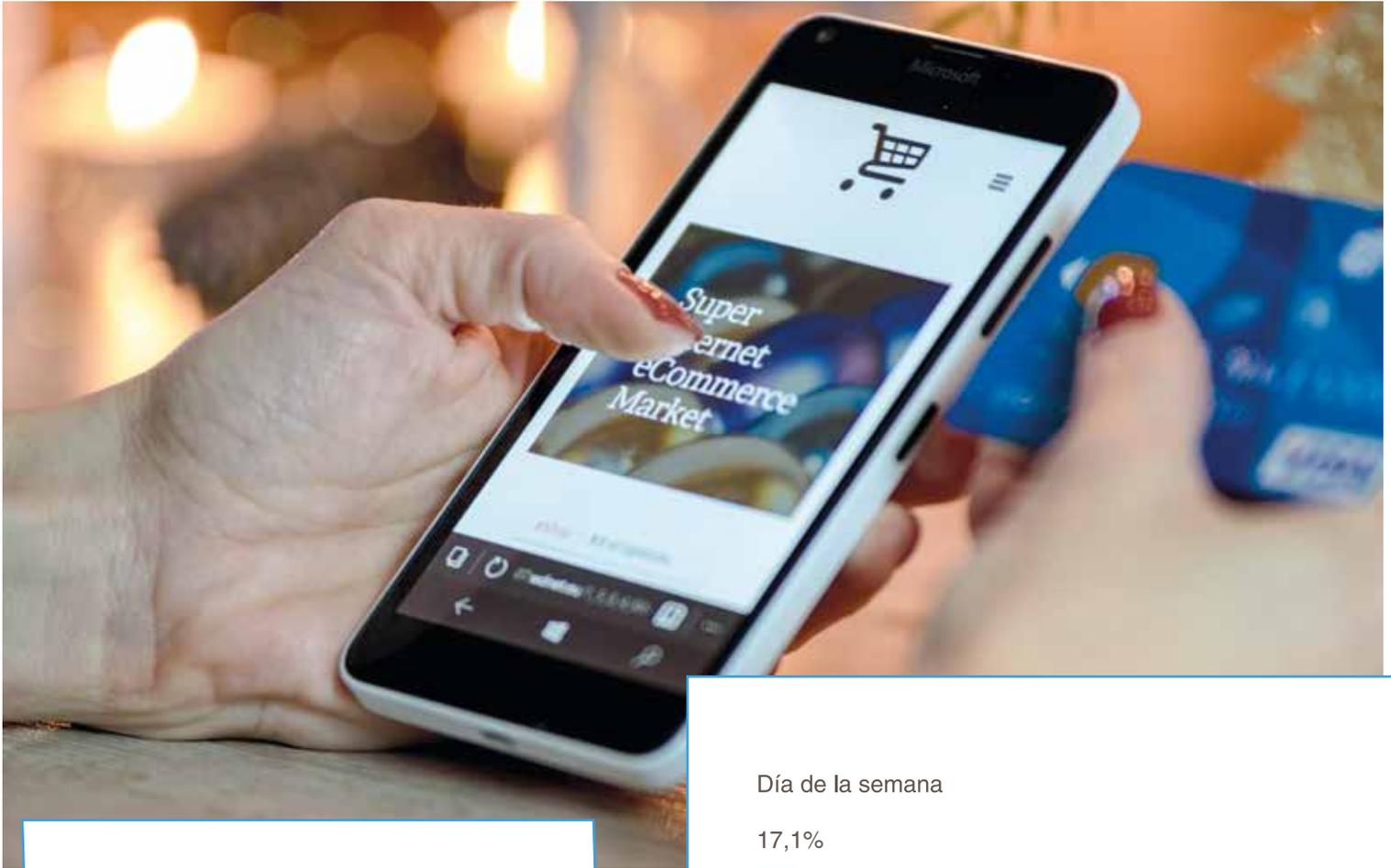
■ Femenino  
■ Masculino



La distribución de hombres y mujeres que compran a través de la plataforma es muy diferente a la de la población (48% para hombres y 52% para mujeres).

Financiación	%
1 pago	50
2 pagos	12
3 pagos	11
4 pagos	6
5 pagos	2
6 pagos	13
7 o más	7

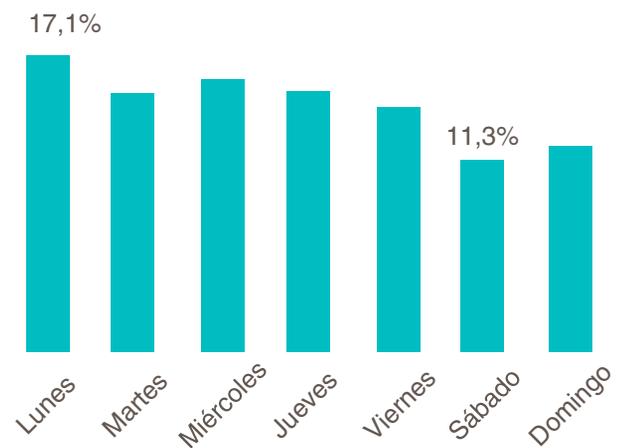
La mitad de las transacciones se realiza en un pago (crédito o débito). El 93% de las transacciones de la plataforma se hacen en 6 pagos o menos.



Medios de pago	%
VISA	43
OCA	18
MASTER	15
Canje de puntos - Siempre pago	4
eBROU	4
ABITAB	3
Redpagos	2
Pago manual	2
Pago contra entrega	1
PassCard	1
Creditel	1
Otros	6
TOTAL	100

VISA participa en el 43% de las transacciones de la plataforma, seguido por Oca y Mastercard.

#### Día de la semana



Considera las transacciones de Junio / Julio / Agosto 2022

El lunes es el día en donde se generan más transacciones. En un segundo escalón aparecen los restantes días de la semana laboral. En tanto, los fines de semana registran menos actividad, pero reúnen el 20% de la actividad semanal.

INDUSTRIA SOSTENIBLE

# Plan Vale firmó convenio con la Intendencia de Canelones para promover la recuperación de envases reciclables

El convenio genera sinergias para triplicar la valorización de reciclables a 2024 en el departamento. El mismo se encuentra en el marco del plan nacional para recuperar envases y materiales de envasado posconsumo.



**E**l acuerdo permitirá fortalecer la recuperación selectiva de envases mediante mejoras en las plantas de clasificación, así como reforzar el equipamiento del circuito limpio de recolección. Asimismo, contribuye a desarrollar la economía circular del país. En el detalle del convenio se estipuló consolidar el trabajo de los clasificadores organizados en cooperativas, así como una inversión para instalar dos plantas de clasificación de materiales reciclables con el equipamiento necesario para aumentar la productividad de la planta y mejorar las condiciones de trabajo. Además, se aportarán contenedores, camiones eléctricos y Ecopuntos.

La firma del acuerdo se realizó el viernes 13 de octubre en la Cámara de Industrias del Uruguay (CIU) y contó con la presencia del intendente de Canelones, Yamandú Orsi; el ministro de Ambiente, Robert Bouvier; el presidente de CIU, Fernando Pache; el director general Ambiental del Gobierno de Canelones, Leonardo Herou; el presidente del Plan Vale, Agustín Tassani; y la representante de los clasificadores, Melina Rodríguez, de la Cooperativa Ave Fénix. “Con esta firma espero que estemos generando credibilidad. Necesitamos muchos millones de dólares para que todo el Uruguay pueda llevar adelante la concreción

completa del plan”, señaló Pache. Además, destacó el arduo trabajo que realizaron para concretar la firma y subrayó la necesidad de contar con el marco regulatorio para asegurar la continuidad del plan. En tanto, Orsi hizo hincapié en la importancia y desafíos que implica llevar adelante la cultura del reciclaje, así como la trascendencia del trabajo en conjunto entre el gobierno nacional, departamental, trabajadores y empresas para implementar el plan. “Nosotros, a nivel departamental, empezamos un camino que para completar necesitamos los apoyos de quienes toman decisiones, que se la están jugando en este tema

porque hay una sensibilidad compartida”, *puntualizó Orsi.*

Tassani, por su parte, manifestó que tanto Plan Vale como la comuna están alineados en sus objetivos, lo que permitió trazar metas en conjunto en base al trabajo ya ejecutado por la intendencia. El proyecto es una evolución del Plan de Gestión de Envases, el que se desarrolla con la intendencia desde el año 2007.

También busca generar una cadena productiva más eficiente para los clasificadores en este circuito. En ese sentido, Rodríguez, indicó que “en el Plan Vale queda bien claro que se aseguran tanto los salarios como las fuentes de trabajo, lo que es muy importante para nosotros”, a lo que agregó: “es un placer ser clasificador en Canelones”.

Actualmente, el departamento se posiciona como líder a nivel país con el mayor por-

centaje de recuperación de materiales que se vuelcan al mercado (aproximadamente un 12.5%), lo que se logra a través de programas dirigidos tanto a hogares como a instituciones educativas, oficinas públicas, comercios e industrias del departamento.

#### Cometido del Plan Vale

El Plan para la Valoración de los Envases y Materiales de Envasado (Plan Vale), cuenta con alcance nacional y fue aprobado por el Ministerio de Ambiente en agosto de 2022, diseñado por un equipo integrado por varios expertos en la materia y en consulta con diversos actores de la cadena de valor.

El mismo es impulsado más de 2.500 empresas adheridas y la CIU, con el compromiso de otorgar valor a cada envase y material de envasado que se utilice en el

hogar mediante su recuperación y reciclaje.

Para alcanzar las metas de valorización fijadas, el plan implementará dos soluciones, de forma conjunta y complementaria como son un Sistema de Depósito, Devolución y Reembolso para los envases de bebidas y un Sistema de recuperación selectiva para el resto de los envases y materiales de envasado. Para ello se basa en la recolección diferenciada de los reciclables que fueron separados en los hogares, una red de centros de recepción y plantas de clasificación.

Más allá de la participación de las instituciones nacionales y departamentales, es fundamental el involucramiento activo de la ciudadanía a través de la separación y entrega de sus reciclables, para el desarrollo efectivo del plan y concretar las metas fijadas. 🌱

## APOYAMOS LOS SUEÑOS DE LAS PYMES URUGUAYAS

▪ CUENTA PYMES SIN COSTO

▪ TARJETA DE DÉBITO

▪ CRÉDITO EXPRESS

▪ LA TASA MÁS BAJA

▪ RESOLVÉ TODO CON  BROU

[www.brou.com.uy](http://www.brou.com.uy)



**BANCO  
REPÚBLICA**  
NUESTRO BANCO PAÍS

# Seguridad social: entre la sostenibilidad y el déficit

● **Escribe: Diego Rijos**  
 Académico Supernumerario, Ganador Premio  
 Academia Nacional de Economía 2017 y 2022

**D**e un tiempo a esta parte, uno de los principales temas en boga de la opinión pública, y en especial en el debate de los distintos actores sociales, ha sido la seguridad social; sobre todo lo referente a las pasividades. La discusión ha ido girando en torno a los cambios en la edad de retiro, en la profundización del sistema mixto de jubilación, la pertinencia de la existencia de las AFAP, si éstas deben o no invertir en activos del exterior y la sostenibilidad de las cajas paraestatales. No hay lugar a duda que es un tema que ha cobrado relevancia, más aún de cara a la carrera política de las elecciones nacionales del próximo año. El anuncio del PIT-CNT de llevar adelante un plebiscito constitucional para eliminar las AFAP y fijar la edad de retiro en 60 años no ha hecho otra cosa que aumentar el debate en la materia.

Sin entrar en las consideraciones políticas, conviene analizar cuáles han sido las causas que nos han traído a este escenario.

Primero, estamos observando los efectos del cambio demográfico que ha acontecido en nuestro país. Si analizamos la pirámide poblacional para 2022, podemos apreciar cómo la forma se parece más a la Torre de las Telecomunicaciones que a las Pirámides de Giza. La forma de esta “torre” nos muestra que Uruguay tiene una población envejecida y que la población joven es cada vez menor<sup>1</sup>. Esto tiene una implicancia no menor: un sistema de solidaridad intergeneracional así está destinado a no ser sostenible, dado que la proporción de aportantes en edad activa respecto a los pasivos en el futuro va a



ser menor. Si a esto le sumamos que la esperanza de vida en el Uruguay, por suerte, ha ido aumentando y se espera que aumente aún más, la conjunción de estos fenómenos implica un paulatino aumento en el déficit de las distintas instituciones previsionales. Este déficit, a priori, solo tiene dos formas de cubrirse: mayores aportes o transferencias desde rentas generales. Y este ha sido un problema que se ha constatado en el Banco de Previsión Social (BPS) y empezamos a constatar en algunas de las cajas paraestatales (la Caja Bancaria y la de Profesionales ya han mostrado signos de problemas respecto a su capacidad de hacer frente a las obligaciones contraídas).

Para complicar las cosas aún más, el problema no está centralizado en una sola institución, sino que al existir multiplicidad de cajas éste se multiplica. Con una lógica, en la cual un empleado se mantenía en una misma empresa y en una misma caja durante toda su vida de aportes, tener institutos previsionales

que cubriesen a cada uno de los colectivos por separado podría parecer procedente. No obstante, el mundo ha cambiado: los trabajadores no se mantienen en el mismo empleo durante toda su vida laboral, incluso ni siquiera en el mismo rubro (y con el advenimiento del teletrabajo, incluso podrían aportar a la seguridad social en otros países). Esto implica que, en su vida laboral, una persona puede aportar a varias cajas. Para las cajas también esto es un problema, debido a que el flujo de fondos que reciben de sus aportantes puede variar significativamente a lo largo de los años, lo que representa una dificultad adicional para la gestión en el pago presente de las prestaciones, en un sistema de solidaridad intergeneracional.

En suma, mantener un sistema previsional solamente con un esquema de solidaridad intergeneracional sería deficitario en el largo plazo debido al cambio demográfico. Esto implicaría la socialización de un problema financiero que se incrementaría año a año.

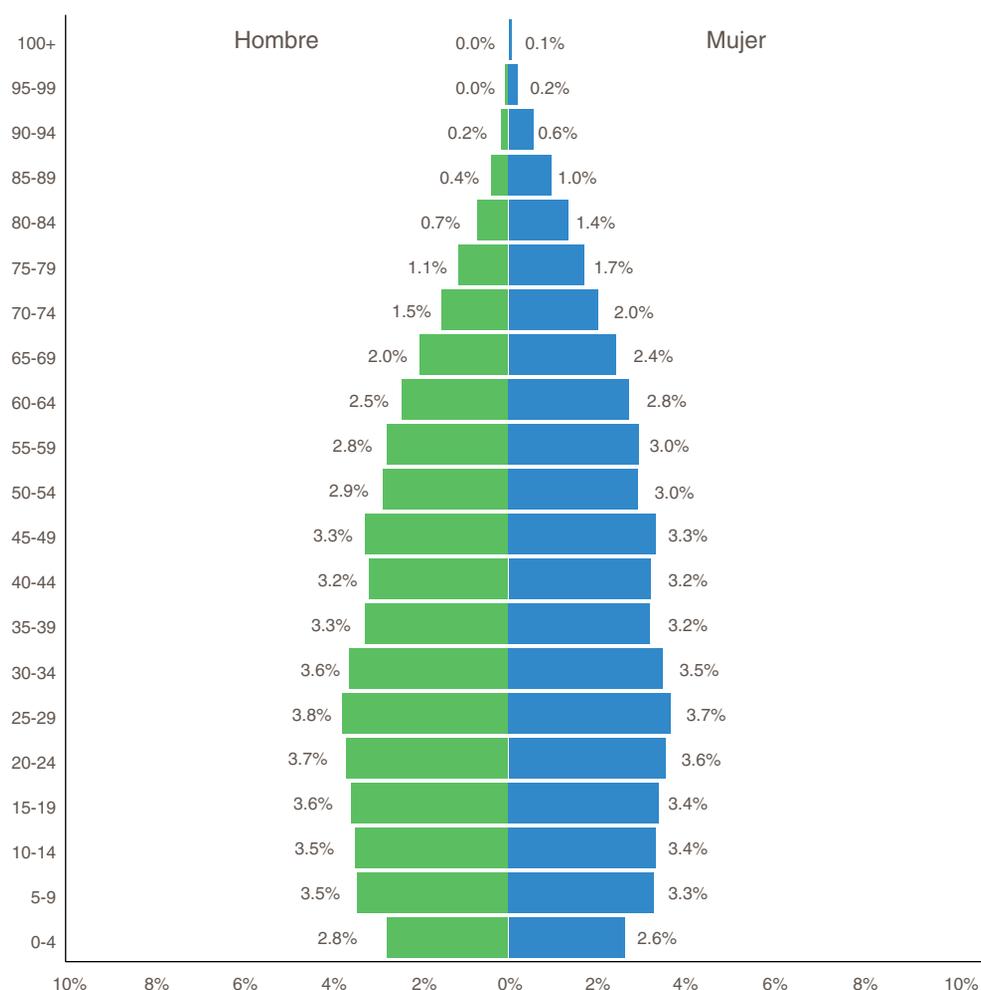
La válvula de escape a este problema es un sistema mixto que incorpore un pilar de capitalización individual. Mediante este sistema, parte de los aportes previsionales van a un fondo conjunto de inversión, el cual permite que se invierta en activos financieros y se genere una rentabilidad. Este ha sido en gran parte el impulsor del mercado de capitales nacional en los últimos años. No obstante, no es un sistema perfecto, dado que se podría discutir que en la actualidad la inversión de las AFAP se encuentra poco diversificada y fuertemente concentrada en activos emitidos por el Estado uruguayo. Lo que sí se puede asegurar es que la capitalización individual es sostenible en el largo plazo, dado que lo que cada trabajador aporta es de su propiedad y las AFAP solo siguen el mandato fiduciario de éstos: maximizar la rentabilidad minimizando el riesgo.

Una vez que se encausa el trámite jubilatorio, los fondos en la cuenta del trabajador se pasan a una aseguradora para que ésta le confeccione una renta de vida según la información actuarial que se dispone (en la actualidad el BSE es el que tiene el monopolio de facto en el mercado).

Cabe destacar que el monto final de la jubilación es directamente proporcional al monto aportado y la rentabilidad generada.

Esto supone una disyuntiva en términos de política, de la elección de qué sistema utilizar. La respuesta correcta a esta disyuntiva no es única y está atada a los objetivos que se persigan. Si el objetivo es mantener un sistema de solidaridad intergeneracional se debe asumir el costo del déficit que éste pueda generar en el largo plazo y socializar la pérdida. Esto es, que la sociedad mediante mayores aportes a la seguridad social o un aumento de impuestos cubra ese déficit. Si el objetivo es generar un sistema que sea sostenible en el tiempo y que no requiera socializar una pérdida, el sistema de capitalización individual es la hoja de ruta.

En la actualidad, Uruguay ha optado desde 1995 por un régimen que mezcla ambos sistemas. No obstante, esto no ha logrado solucionar del todo el problema del déficit del



Fuente: populationpyramid.net

BPS; y al no haber sido amparadas las cajas paraestatales, la situación de las mismas es más compleja.

La reforma aprobada en el Parlamento este año ha ampliado el sistema mixto a las demás cajas al tiempo de aumentar la edad jubilatoria. Esto supondrá una mejora en la sostenibilidad del sistema. Sin embargo, estos cambios no solucionarían del todo el problema de sostenibilidad y debería ser el comienzo de una serie de reformas de largo plazo, dado que la solución que hoy se aprobó en unos años podría quedar obsoleta.

Si bien no es un tema zanjado, se vuelve

necesario analizar y estimar los costos de largo plazo de optar por cada alternativa. Ciertamente, esto debería ser un consenso entre los distintos sectores de la sociedad y la información respecto a este tema debería ser lo más insesgada posible. No es tiempo de slogans vacíos y pegadizos, el debate debe incorporar elementos técnicos analizados a conciencia, porque nos debatimos entre el déficit de un sistema anacrónico que no es aplicable a la realidad de nuestro tiempo y la sostenibilidad de un sistema que, incomprendido, genera reticencia de algunos sectores de la sociedad. 📌

1. Esta no es una tendencia aislada en Uruguay; según estudios de The Lancet, y en base a multiplicidad de escenarios, la pirámide poblacional a nivel mundial en 2100 va a tener una tendencia a parecerse a la que actualmente tenemos en Uruguay ([https://www.thelancet.com/article/S0140-6736\(20\)30677-2/fulltext](https://www.thelancet.com/article/S0140-6736(20)30677-2/fulltext)). Si ahondamos en predicciones para Uruguay, OPP publicó un estudio con posibles escenarios poblacionales para 2050, donde salvo en contados supuestos la tendencia sigue mostrando que la dinámica poblacional del Uruguay va a seguir los patrones mostrados en los últimos años.

PUESTA A PUNTO

# La economía argentina

En el segundo trimestre del año el PIB argentino mostró una caída de 4.9% en términos interanuales y se pronostica una caída del nivel de actividad para este año. La inflación supera la barrera de los tres dígitos y se espera que cierre el 2023 en este nivel.

● Escribe: Sofía Tuyaré

**E**s conocido que el vecino país es un socio relevante para el país. Analizando los números más comúnmente observados, respecto al comercio de bienes, según el informe de comercio exterior de setiembre que elabora Uruguay XXI, Argentina ocupó el quinto lugar como destino de exportaciones de productos uruguayos en el acumulado a setiembre de

importancia el escenario económico.

El domingo pasado fueron las elecciones generales, donde se elige presidente. El resultado confirmó lo que se estimaba previamente: que se deberá ir a balotaje entre los dos candidatos más votados. Las propuestas económicas de los mismos son dispares y el panorama de quién ganará no aparece claro.

La economía argentina transita un escenario complejo: alta tasa

de inflación, donde muchos temen que se llegue a la hiperinflación; ajuste fiscal con el acuerdo del FMI; contracción económica; múltiples tipos de cambio y brecha importante entre el dólar oficial y el dólar "Blue"; incremento de la pobreza, entre otras problemáticas que tendrá que enfrentar la próxima administración.

### Estado de situación

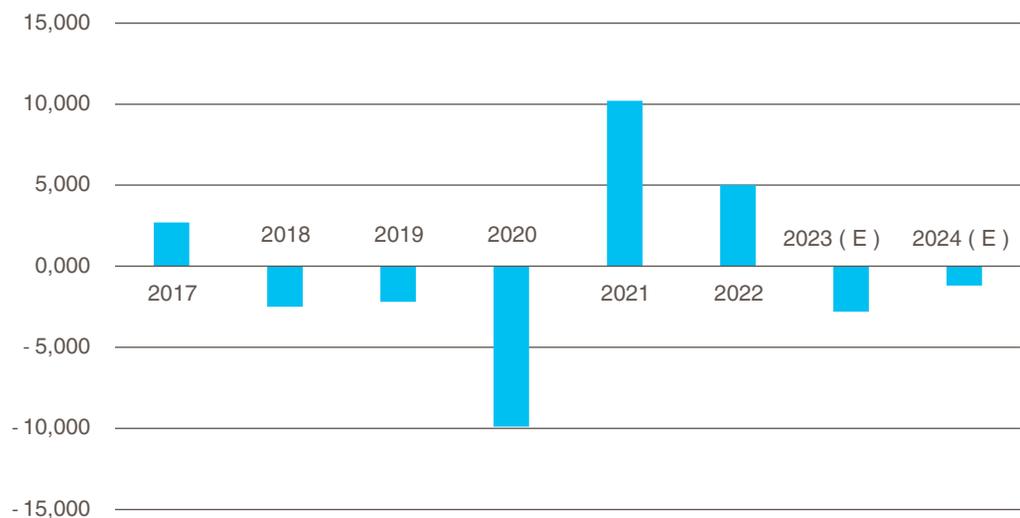
Previo a la pandemia la econo-

mía argentina transitaba un periodo recesivo. En 2021 volvió a la senda de crecimiento y en 2022 continuó mostrando expansión en su nivel de actividad. Este año el escenario económico es complejo y los primeros datos que se conocen muestran señales de contracción económica.

El año pasado el PIB argentino creció 5%. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) el Producto Interno Bruto (PIB) en el segundo trimestre

La inflación desde febrero de este año superó la barra invisible de los tres dígitos y continúa la tendencia a acelerar el incremento de los precios en el vecino país. En setiembre, la inflación mensual fue de 12.7%, acumulando una expansión en el primer semestre del año de 103.2%.

Variación del PIB de Argentina



Nota: (E) Datos estimados

Fuente: Banco Mundial. Proyecciones: Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) Setiembre 2023 Banco Central Argentina.

2023. Para el rubro servicios, según datos del Ministerio de Turismo, los turistas argentinos son la principal nacionalidad de visitantes al territorio nacional, por lo que cobra significativa

# NUEVA RENAULT ARKANA

La evolución del SUV



**Montevideo:** Santa Rosa Centro - Santa Rosa Av. Italia - Oscar Pisano Automóviles - Alianza Motors /  
**Canelones:** Moreira Automóviles - Renault Car One / **Cerro Largo:** Mauricio Farías Automotores /  
**Colonia:** Videsol / **Florida:** Romildo Pereyra / **Lavalleja:** Automotora Marmolejo / **Maldonado:** Giovio  
Automóviles / **Paysandú:** Wave Automotores / **Rivera:** Horizonte Automóviles / **Salto:** Omar  
Castro Automóviles / **San José:** Oscar Pisano Automóviles / **Soriano:** Automotora Mercedes /  
**Treinta y Tres:** Automotora 33 / **Flores:** Automotora Rural / **Durazno:** Sere y Cía Automotora /  
**Tacuarembó:** Horizonte Automóviles

Imágenes meramente ilustrativas

[renault.com.uy](http://renault.com.uy)



de 2023 disminuyó 2.8% respecto al trimestre inmediatamente anterior, para la serie desestacionalizada. En el primer trimestre la economía había aumentado 0.9% para la misma medición. Para la medición interanual, el PIB cayó 4.9%.

El Estimador Mensual de Actividad Económica que elabora el Indec en julio de 2023 muestra que la actividad aumentó 2.4% respecto al mes anterior; se trata del primer crecimiento luego de cuatro meses consecutivos para esta medición, tomando la serie desestacionalizada. Para el registro interanual, el indicador disminuyó 1.3% respecto

cas para la economía mundial en octubre proyectó una disminución de 2.5% del PIB para este año y que repuntaría la economía en el próximo año con un crecimiento de 2.8%.

Los analistas locales proyectan guarismos similares para este año, sin embargo más pesimista respecto al año entrante. Según los que responden al Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) que publica el Banco Central de la República Argentina en setiembre, se proyectaba que el PIB disminuya 2.8% en 2023 y 1.2% en 2024, y recién en 2025 la economía se recuperaría.

La inflación desde febrero de

el incremento de los precios en el vecino país. En setiembre la inflación mensual fue de 12.7%, acumulando una expansión en el acumulado de los primeros nueve meses del año de 103.2%. Para la variación interanual, el Índice de Precios al Consumo (IPC) fue de 138.3% en el noveno mes del corriente año.

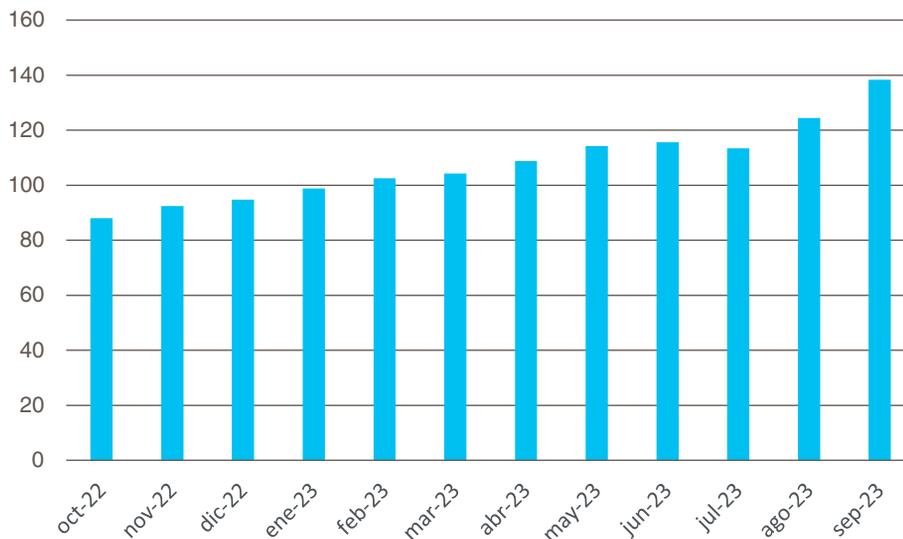
Según las encuestas REM, la mediana de las respuestas proyecta que la inflación continúe por encima de los tres dígitos y cierre en 180.7% en 2023.

El mercado de cambios en el vecino país es complejo. Allí conviven múltiples dólares en función a la transición, produc-



**Sofía Tuyaré**  
Economista, integrante del departamento de Consultoría de Carle & Andrioli, firma miembro independiente de GGI Global Alliance

**Inflación, variación interanual del IPC**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Indec.

al mismo mes del año anterior, luego de caer 4.7% en junio, y se acumulan cuatro registros de contracción.

Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (FMI) en su reciente actualización de su informe de perspectivas economi-

este año superó la barra invisible de los tres dígitos y continúa la tendencia a acelerar el incremento de los precios en el vecino país. La inflación desde febrero de este año superó la barra invisible de los tres dígitos y continúa la tendencia a acelerar

to de las restricciones cambiarias impuestas por las autoridades. Como referencia, habitualmente se toma el denominado “dólar Blue” para el seguimiento del dólar paralelo, debido a que es el dólar libre. La brecha con el dólar oficial es significativa. ☹

# Scotia zero

- ZERO Costo
- ZERO Trámites
- ZERO Límites



Pedí  
tu cuenta  
aquí



# Cincuenta años haciendo que las cosas sucedan

“Viejo barrio, perdóná si al evocarte se me pianta un lagrimón (...) es un beso prolongao que te da mi corazón”. Con esas palabras, entonadas en el tango Melodía de Arrabal de Carlos Gardel, Teresa Aishemberg se despidió, tras 50 años de trabajo, de la Unión de Exportadores del Uruguay (UEU). Sobre su primer y último día formando parte de esta institución, su trayectoria, y el futuro del sector habló con **Empresas & Negocios** la ahora exgerente general de la gremial de exportadores e integrante activa del consejo editorial de esta revista.

● Escribe: Naara Pérez Carrere

🐦 @NaaraPérez3

## ¿Cómo recuerda su primer día de trabajo en la Unión de Exportadores?

Lo recuerdo con muchas incertidumbres y mucho miedo. Tenía 18 años y todo era nuevo para mí. Tuve que aceptar los desafíos de aprender y equivocarme. Realmente fue como descubrir un mundo distinto y crecer ahí adentro. Las cosas nuevas generan miedos, pero está en uno avanzar para aprender. Hay que hacer que las cosas sucedan.

## ¿Y de ahí a llegar a la gerencia?

Empezar tan joven en una institución que hacía cinco años que se había fundado era ser parte de esa construcción. Empecé a ver de qué se trataba, a quién le daba servicios, pero además tuve un coach que fue muy importante para mí: Milton Reyes. Él era didáctico, además de saber de exportaciones. Yo fui recepcionista, telefonista, cadete, después seguí de secretaria, puesto en el que estuve años, hasta que me di cuenta que quería llegar a la gerencia. Una estrategia con un objetivo claro. Entonces me dediqué a prestar atención, a volcar lo que había aprendido con los exportadores cuando la gerencia estaba de viaje, y así fui



creciendo y tomando decisiones más audaces, como por ejemplo salir a una misión. Cada vez que había una yo siempre levantaba la mano. Siempre trabajé con foco en los exportadores, para los exportadores, y me especialicé; fui haciendo la carrera ahí

adentro. Hice cursos nocturnos para poder entender lo que hablaban los economistas, para traducirlo a los empresarios.

## ¿Qué momentos difíciles le tocó vivir durante su trayectoria?

Las distintas crisis que pasamos como país se reflejaban en el ánimo de todos los empresarios. En estas circunstancias los exportadores reducían los costos de su empresa, hasta el punto de desafiliarse de las instituciones. Por lo tanto, financieramente, la UEU quedaba reducida a lo mínimo. Pudimos pasar las distintas etapas de las crisis, levantarnos y recuperarnos. Cuando las crisis llegan, los ánimos se vienen al piso, y yo siempre fui de carácter positivo.

## ¿Se considera una mujer referente?

Sí, porque durante muchos años estuve muy sola, no había más mujeres en las reuniones, pero me sentía cómoda porque yo ya venía de un ambiente familiar rodeada de hermanos varones y mi padre, y había temas que había escuchado conversar en algún momento a mi abuelo o mi padre, relacionados con el comercio o la industria.

En el año 1991 empezaron a aparecer más mujeres en algunos ámbitos; había algunas políticas importantes de distintos partidos, pero pocas. Lo que fuimos haciendo con los

distintos presidentes de la UEU fue justamente integrar más mujeres al directorio y poder designar una mujer como presidente. Y eso fueron todas construcciones que fui haciendo, desde mi punto de vista como mujer, pero además los empresarios lo veían positivo, porque trabajamos muy bien.

### ¿Cuáles cree que fueron sus aportes a la cultura de la institución?

Creo que impulsé la cultura de la ética y la transparencia. Esos son los valores que tenemos como foco. Todos los que trabajan en el equipo que formé tienen esa cultura y eso es lo que uno aspira para el futuro. Uno se va con la paz espiritual de haber formado un equipo con esos valores.

### ¿Cómo imagina el futuro del sector exportador en Uruguay?

En los últimos meses ha habido una baja importante. Son cíclicas las exportaciones y el mundo y las incertidumbres impactan sobre los mercados, por lo tanto hay que ir buscando los caminos; el exportador es muy buscador y ha aprendido mucho durante estos 50 años.

El futuro tiene que ser exportar más. El 80% de nuestras exportaciones vienen del agro, y como decía el ministro de agricultura Tabaré Aguerre en su momento, hoy estamos exportando para 26 millones de consumidores y Uruguay puede duplicar esa exportación. Por lo tanto el mercado está, dependiendo de en qué momento están esos consumidores podremos hacerlo. El país está preparado, tiene todas las tecnologías, está siguiendo

**“Creo que impulsé la cultura de la ética y la transparencia, esos son los valores que tenemos como foco”.**

**“El liderazgo es fundamental para sortear obstáculos difíciles”.**

do todas las normas, lo que viene ahora es mantener al país sostenible. El futuro es la sostenibilidad, y Uruguay está bien posicionado en ese sentido, solo tiene que *marketearlo* más, y mostrarle al mundo todo lo que ha hecho. Justamente, la UEU tiene una unidad verde que está ayudando a las pequeñas empresas, con el LATU, a ir por ese camino.

### ¿Hay proyectos que dejó pendientes en estos años al servicio de la UEU que le gustaría retomar ahora?

Quiero dedicarle mucho tiempo a mi empresa familiar, que tiene que ver con la ganadería, combinado también con una posada de turismo rural. Tenemos además caballos criollos, que están a disposición para paseos y recorrer las sierras. Estoy ya trabajando en capacitarme para coachear terapias asistidas con los caballos y desarrollar, alrededor de la posada, todo lo que tiene que ver con los servicios de calidad de la zona.

Por otra parte, estoy avanzando en un libro. Este arranca contando un poco de mis primeros años, el contacto con la tierra, y después aborda 50 años de exportación, 50 años del país, 50 años míos ahí adentro.

### Le preguntaba al inicio de la entrevista por su primer día en la UEU... ¿Y el último? ¿Qué sensaciones se llevó?

Fue maravilloso, porque terminó con el evento del Día de la Exportación y yo no sabía cómo lo iban a organizar, así que me llevé muchas sorpresas.

Fue increíble escuchar los testimonios de todas las personas con las que trabajé. Implicó cerrar con una gran fiesta y reconocimiento este camino.

No sé si alguien se enteró que yo canté un tango al final, porque venía al caso, el tango Melodía de Arrabal, que dice: “Viejo barrio, perdóná si al evocarte se me pianta un lagrimón (...) es un beso prolongao que te da mi corazón”. Eso representa todo lo que yo viví. ☺

# AEROPUERTOSVIPCLUB

Accedé a todos los servicios VIP a través de nuestra web  
[www.aeropuertodecarrasco.com.uy](http://www.aeropuertodecarrasco.com.uy)



aeropuertosvipclub



+598 99 673 891

“

**En Porto Seguro  
tratamos a nuestros  
clientes como si  
fueran un familiar**”

## **Fernando Viera**

Presidente de Porto Seguro Uruguay

Ingresó a Porto Seguro en 1995 en el área técnica, y con el paso del tiempo fue desarrollándose en sectores como Siniestros, Comercial, Suscripción, Emisión, Correspondencia, Jurídica y Marketing, entre otros, hasta que en 2010 asumió como presidente. En un mano a mano con **Empresas & Negocios**, el ejecutivo considera que el mercado uruguayo ha crecido notoriamente y hoy tiene consumidores con más conocimiento de lo que es una póliza de seguros, lo cual es positivo.

En la charla, Viera desglosa cada producto que compone el portafolio de la compañía y establece la forma de diferenciarse en un mercado donde conviven jugadores importantes.



**F**ernando Viera nació en Montevideo y se crió en la Ciudad Vieja. Ya en la etapa de desarrollo, estudió varias disciplinas que han contribuido a su formación profesional, como dirección de empresas, recursos humanos, coaching, entre otras.

Su etapa laboral comenzó en 1995, precisamente en Porto Seguro. “La compañía estaba en sus inicios en Uruguay y envié mi currículum. En ese momento fuimos 10 administrativos seleccionados para comenzar esta historia”, recordó.

Luego de una breve pero intensa capacitación a cargo de Leandro Suárez, líder en ese momento, se distribuyeron las responsabilidades.

“Mi primer desafío fue en el área técnica, realizando inspecciones de vehículos, en aquél momento se le llamaba ‘vistoria previa’. Mi gran mentor en dicho sector fue el pe-

rito tasador Walter Larrosa, quien en ese momento era en el ambiente un gran profesional, experimentado, reconocido no solo por su don de persona, sino también por su gran capacidad técnica”, explicó el entrevistado.

Por un buen tiempo se desempeñó en el área técnica, pero ya asumiendo nuevos retos. “Comencé a realizar ‘vistos – reparados’. Dicha tarea constaba de una inspección final luego de que la unidad siniestrada era reparada por el taller. A medida que la empresa crecía fui desarrollando otras habilidades y tomando nuevas responsabilidades dentro del departamento, por ejemplo, atención al público, compra de repuestos, colaboración con los tasadores, estudio de expedientes”, rememoró.

En forma paulatina el equipo comenzó a crecer, entonces ya no eran solo dos integrantes. En ese entonces se sumó al equipo Carlos Papariello primero, y luego Gabriela Gallardo –ambos aún integrantes de la organización–.

Fue en 1999 cuando Viera pasó a liderar el departamento



como jefe de Siniestros. “En ese momento éramos unas 12 personas que integrábamos el equipo. Fueron años intensos de mucho aprendizaje no solo desde el punto de vista técnico, sino también a nivel de campo”, explicó.

Posteriormente, en 2006, tomó el liderazgo de los departamentos Comercial, Suscripción, Emisión, Correspondencia, Jurídica, y Marketing, lo que fue una fuente de aprendizaje sobre las diferentes áreas del negocio. A partir del 2007 asumió como director gerente, continuando con las mismas áreas a cargo mientras que, paralelamente, se llevaba adelante la transición junto al director (Suárez) quien se retiraba de la compañía en el 2010, y Viera pasaría a ser presidente.

“Durante esos tres años de transición fui tomando otras áreas, como por ejemplo la Contable y la Financiera, las cuales son muy relevantes para la empresa. De forma paralela también me capacitaba intensamente en la casa matriz. Tuve la suerte de contar con varios coach y mentores de casa matriz que me ayudaron muchísimo durante este proceso, hasta que en 2010 asumo como director general”, puntualizó.

**¿Cuál es el ABC de la gestión de una empresa como Porto Seguro?**

Por un lado, respetar la identidad y cultura de la organización, teniendo muy claro el propósito de la misma. En este sentido, es parte de nuestra misión asumir riesgos y brindar servicios por medio de un atendimento familiar que su-

pere expectativas, lo cual ciertamente guía la actuación de Porto Seguro y de todos quienes formamos parte.

Otro aspecto fundamental es el cuidado de las personas, el buen relacionamiento como parte de la identidad. Yo estoy convencido de que el capital humano debe ser valorado y respetado, siendo fundamental que los líderes cuenten con la capacidad y formación para gestionar personas.

La estrategia de la compañía es fundamental para tener bien claro a dónde se quiere llegar, por qué camino y de qué forma se quieren alcanzar las metas. Y en nuestro caso, este punto va de la mano con lo que hablábamos anteriormente en cuanto al relacionamiento y la identidad de la organización.

Otro aspecto fundamental de la estrategia es el concepto que tenemos sobre nuestro canal de ventas, que es el Corredor Asesor, a quien consideramos nuestro socio de negocios y que respetamos muchísimo. Continuaremos pregonando por esa figura, al igual que lo hace nuestra casa matriz.

El tercer punto importante es la centralidad del cliente: nosotros queremos que nuestro cliente no solo experimente el contacto con la compañía al tener un siniestro, sino que sea una relación constante, para lo cual desde el año 95 brindamos otros servicios vinculados, como son el auxilio mecánico o la toma de denuncia en el momento del siniestro, siempre con una atención personalizada que apunta a superar las expectativas de nuestros clientes en todo momento.

### ¿Qué características tiene el mercado de seguros en el país?

El mercado uruguayo ha crecido notoriamente y cuenta al día de hoy con consumidores mucho más conocedores de lo que es una póliza de seguros, lo cual es muy positivo. Yo siempre digo que quienes trabajamos desde hace tantos años en el rubro hablamos con pasión del tema, pero particularmente debemos de ser comunicadores simples y muy claros para que la gente cada vez conozca más del tema.

El hecho de evitar algunos tecnicismos en el lenguaje que utilizamos como compañía contribuye a que la gente entienda y aprenda sobre el tema y eso es lo que necesitan las aseguradoras: que la gente conozca del seguro, porque eso también brinda cercanía con la organización y sus procesos. Por eso decimos que en Porto Seguro tratamos a nuestros clientes como si fueran un familiar.

La cultura aseguradora se ha afianzado y extendido mucho en la población en general, también por situaciones puntuales muy lamentables que, de hecho, se han desencadenado en los últimos años, generando mayor inquietud y conciencia en torno a la importancia de asegurar determinados bienes.

En lo vinculado a seguros de hogar, la gente lentamente se va dando cuenta que el seguro de la casa o apartamento es muy accesible. Nosotros recientemente salimos con una

campana publicitaria de seguro de hogar desde 240 pesos por mes, apuntando a concientizar que con poco estás cuidando tu capital ante diversos riesgos que pueden ocurrir. Las personas valoran cada día más su tranquilidad, y para lograrla comienzan a tomar precauciones.

En todo esto, el rol del Corredor Asesor es muy importante, que debe estar cuidando y fidelizando a los clientes no solo a través de un producto sino también haciendo foco en la cobertura integral de los bienes personales: el automóvil, la casa y la empresa.

Por otra parte, un producto que movilizó fuertemente el mercado fue la Garantía de Alquiler de Porto Seguro, la cual fue muy innovadora y disruptiva, con la que estamos muy bien posicionados y que es al día de hoy muy valorada. Siempre digo que la Garantía de Alquiler es un producto muy noble, que actúa de dos formas porque brinda la garantía para que una parte pueda acceder a su vivienda y también garantiza al dueño que su propiedad está cuidada y con el respaldo de una compañía confiable. Y además, como es característico

de la compañía, le agregamos servicios, en este caso Porto Asistencia Hogar, que es un diferencial muy destacado. Si bien al día de hoy es un producto afianzado en el mercado y comercializado por casi todas las aseguradoras, Porto cuenta con una trayectoria de más de 10 años con la Garantía de Alquiler y sus beneficios asociados.



**La estrategia de la compañía es fundamental para tener bien claro a dónde se quiere llegar, por qué camino y de qué forma se quieren alcanzar las metas”.**

de la compañía, le agregamos servicios, en este caso Porto Asistencia Hogar, que es un diferencial muy destacado.

Si bien al día de hoy es un producto afianzado en el mercado y comercializado por casi todas las aseguradoras, Porto cuenta con una trayectoria de más de 10 años con la Garantía de Alquiler y sus beneficios asociados.

## El consumidor es exigente

### ¿Cuáles son las áreas de seguros más dinámicas?

Las áreas más dinámicas en el ramo entiendo que hoy pasan por tres puntales: el departamento Comercial, Siniestros y el sector de Tecnología e Informática.

Digamos que la dinámica que existe hoy día es muy importante en relación a unos años atrás. El consumidor es exigente no solo en el costo de la póliza sino también con el propio producto y al “momento de la verdad” que en este caso es cuando tiene un siniestro. Allí la compañía debe desplegar sus herramientas para sorprender al cliente en ese momento tan incómodo.

Hoy el sector de Sistemas forma parte y va de la mano de las otras dos áreas ya que la tecnología está a la orden del día. La misma le da un impulso y dinamismo a todos los procesos que antiguamente eran manuales.

El factor tiempo es súper importante en estas épocas y obviamente para nada estamos ajenos a la exigencia de nuestros clientes.

**¿Qué productos componen el portafolio de Porto Seguro?**

Porto Seguro en Uruguay se especializa en la rama de seguros personales, con cuatro carteras que son Automóvil, Hogar, Empresa y Garantía de Alquiler.

El seguro de Autos es una insignia de la compañía ya que es la cartera con la cual se inician las actividades en Uruguay en el año 1995. Fue creado no solo para indemnizar siniestros, sino también para ofrecer numerosos beneficios, especialmente pensados para simplificar el día a día y brindar la mayor tranquilidad a nuestros asegurados.

Hace unos meses lanzamos con muy buena repercusión una póliza exclusiva para autos eléctricos. Se trata de un producto único, que marca un antes y un después en el mercado ya que incluye importantes beneficios adicionales, además de contar con auxilio mecánico acorde a las necesidades particulares de estos vehículos.

Como mencionábamos antes, ofrecer importantes beneficios asociados a la cobertura es parte de esencia de Porto Seguro. En el caso de Automóvil, los asegurados cuentan con el servicio de auxilio mecánico y traslado sin costo en territorio nacional y Mercosur, descuentos y garantías extendidas en la red de talleres acreditados, servicio de cerrajería, posibilidad de contratar el adicional de granizo sin deducible, entre otros.

Más recientemente implementamos un innovador beneficio que se denomina Responsabilidad Registrada para todos aquellos asegurados de automóvil que opten por la instalación de una cámara en su vehículo. El beneficio implica que en caso de accidente de tránsito, registrando el momento con una cámara de automóvil y aportando la filmación en la compañía, el asegurado accede a una bonificación en el deducible. Si del video se desprende que el asegurado no es responsable, se bonifica el total del deducible, y aún en caso de ser responsable se le exonera el 20% del mismo.

Esta exoneración es acumulable con el descuento al que acceden quienes reparan en talleres acreditados de Porto Seguro, pudiendo sumar hasta un 25% de descuento adicional en el interior y un 15% en Montevideo.

La cartera de Hogar es un segmento en el que la compañía se viene afianzando en los últimos años y en la que particularmente este año se trabajó mucho para ofrecer mejoras y actualizaciones que la hagan posicionarse como una de las propuestas más atractivas del mercado. Además de varios ajustes en la operativa y los procesos, se desarrolló una nueva herramienta web que permite la emisión inmediata por parte de los Corredores Asesores. También se realizó una campaña publicitaria que estuvo presente en diferentes





# CENTRO DE EVENTOS & CONVENCIONES

CUIDAMOS CADA DETALLE PARA QUE CADA EVENTO SEA UNA EXPERIANCIA INIGUALABLE



18 salas versátiles con capacidad hasta 5.000 personas. Iluminación computarizada y equipamiento audiovisual de última generación.



Amplias propuestas gastronómicas con cocina nacional e internacional que garantizan calidad y servicio.



292 habitaciones que permiten alojar a los asistentes del evento en un mismo lugar con todas las comodidades de un Resort 5 estrellas.



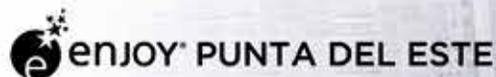
Completo SPA con piscinas internas y externa, gimnasio, área de relax, jacuzzis, sauna y tratamientos de relax a disposición.



Entretenimiento durante todos los días de la semana.

## MÁS INFORMACIÓN

[SALES@ENJOY.CL](mailto:SALES@ENJOY.CL) // (+598) 4247 2400



Rambla C. Williman P. 4, Punta del Este

Tel.: (+598) 4249 1111

[f/Enjoypunta](https://www.facebook.com/Enjoypunta)

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

[X@EnjoyPde](https://www.x.com/EnjoyPde)

[www.enjoypuntadeleste.uy](http://www.enjoypuntadeleste.uy)





medios y soportes y contó con la participación de “Tonga” Reyno como figura principal. A su vez, se concretaron una serie de acciones comerciales, nuevos beneficios y amplias posibilidades de financiación.

El seguro para Empresas es otra de las carteras más tradicionales que tiene la compañía y a la cual hemos sumado un producto diseñado especialmente para las pequeñas y medianas empresas que denominamos “Pyme Full”. Se trata de una completa póliza contra incendio, daños climáticos, eléctricos y hurto al mejor precio, y que cuenta con importantes ventajas como facilidad de contratación, tasa única y bonificada para todas las actividades y zonas, sin inspección y disponible para una amplia gama de actividades comerciales.

#### **La Garantía de Alquiler es un producto tradicional de la empresa.**

La Garantía de Alquiler de Porto Seguro comenzó su funcionamiento en el año 2008, siendo disruptiva en Uruguay, ya que no existía otra propuesta similar en el mercado. Es una completa póliza de seguro que garantiza al propietario el cobro del alquiler mensual y los adicionales (gastos comunes, impuestos de puerta, tasa de saneamiento, UTE, OSE, gas por cañería) en caso de incumplimiento por parte del inquilino. En caso de incumplimiento, el propietario o administrador puede hacer uso de su garantía, reclamando a Porto Seguro las faltas de pago del inquilino. A partir de ese momento Porto Seguro comenzará a pagar al propieta-

rio dichos incumplimientos y en paralelo se hará cargo de todo el proceso judicial para el desalojo. Eso quiere decir que el propietario o administrador no tiene ningún tipo de costos asociados a la garantía.

Para el inquilino es una solución de muy fácil acceso, con costos muy convenientes y con un proceso de contratación muy sencillo y ágil. La garantía se puede solicitar mediante atención directa de forma presencial o a través de canales digitales (email, sitio web y WhatsApp) pero siempre instamos a que la gestión se realice a través del Corredor Asesor de confianza, quienes cuentan con la herramienta web que les permite obtener el resultado del análisis de crédito en el momento y también emitir la póliza de forma instantánea vía web, minimizando los tiempos para todas las partes.

Todos los procesos, tanto de contratación como jurídicos, son gestionados directamente por la compañía, a través de equipos especializados en la tarea y que hoy son más de 30 personas dedicadas de forma exclusiva al producto, lo cual es un aspecto muy destacado por clientes e inmobiliarias.

Todos nuestros inquilinos gozan de un beneficio clave que es Porto Asistencia Hogar, que brinda atención a emergencias de sanitaria, electricidad, cerrajería y vidriería las 24 horas, siete días de la semana en todo el país.

El mismo también es un beneficio clave para el propietario ya que no se tiene que encargar de todas estas emergencias que conllevan muchos dolores de cabeza.

La asistencia es brindada por Porto Servicios, empresa del

grupo Porto, por lo que tiene la misma filosofía de trabajo con los clientes. Este beneficio tan valorado también está incluido en las pólizas de Hogar y de Pyme Full.

**¿Cómo es competir en un mercado que tiene sus limitaciones de tamaño y donde hay empresas de primer nivel?**

Es difícil la competencia, en primer lugar porque el uruguayo tiene un perfil muy estadista.

Por tal motivo, creo que la clave es saber administrar bien, con seriedad y profesionalmente lo relacionado con la parte actuarial. Yo creo que una compañía confiable es aquella que no tiene variación tarifaria sensible de un año a otro que sorprenda al cliente. Una compañía alineada a los principios básicos del seguro es la que no complica al momento de un siniestro, sino que por el contrario simplifica todo lo posible.

Para Porto Seguro es muy importante mantener estabili-



**“El mercado uruguayo ha crecido notoriamente y cuenta al día de hoy con consumidores mucho más conocedores de lo que es una póliza de seguros, lo cual es muy positivo”.**

dad a nivel actuarial –precios-, como así también evitar promocionar descuentos exagerados para obtener nuevos clientes a cualquier costo. Para mantener un mercado asegurador confiable y saludable, es necesario contar con una tarifa coherente, un área de Actuaría totalmente convencida de que los riesgos que asume lo hace de forma correcta y a los valores que deben ser tomados. Es muy importante la selección de los riesgos que asume la compañía porque ese trabajo repercute en una tarifa más justa para todos los clientes.

**¿Cómo diferenciarse en ese contexto?**

Primero, brindando productos que apuntan a la excelencia y que son acompañados de una atención de gran calidad y de servicios que aportan un valor agregado.

Recientemente estuvimos recorriendo todo el país, y los corredores destacaban dos fortalezas de Porto Seguro: el producto por un lado (en el caso de un siniestro) y el servicio del auxilio mecánico por otro.

# Encontrá en **flow** todo lo que te gusta ver

\$ **1070** por mes

durante 4 meses

**Flow TV**  
en 2 televisores

Los siguientes 8

»»» \$1475

**+ Flow App**



En todos tus dispositivos

Para Porto Seguro es muy importante la satisfacción de nuestros clientes. Por tal motivo llevamos adelante de forma permanente encuestas en relación a la asistencia mecánica y a la conformidad con la reparación de los vehículos siniestrados, las cuales nos arrojan muy buenos resultados, en el entorno del 95% de conformidad.

El cuidado al cliente en todos los aspectos anteriormente mencionados y el trabajo conjunto con los Corredores Aseores son los factores que hacen diferenciarnos y mantener la posición de liderazgo dentro de las compañías.

**¿Cuál es el seguro que todos deberíamos tener pero no contratamos?**

Lamentablemente no existe una única cobertura funda-

mental que logre cubrirnos contra todo. Pero lo natural es que si una persona circula con un vehículo por la calle tenga seguro, es un tema de responsabilidad civil, de ser responsable ante posibles daños que uno pueda causar en los demás.

También a nivel de seguros patrimoniales, la casa o empresa es muy importante. Esto permite salvaguardar el bien o capital por el que trabajaste tantos años y que por un accidente se pueda ver afectado.

A su vez, la Garantía de Alquiler en los últimos años pasó a ser imprescindible para el acceso a una vivienda por gran parte de la población y por otra parte brinda cobertura a todos aquellos que alquilan su propiedad y necesitan seguridad de que su inversión no va a ser perjudicada. 📞

## Señas de identidad

Fernando Viera tiene 52 años, está casado y tiene dos hijas. Como hobbies elige el fútbol y las artes marciales.

**¿Una comida?**

Asado.

**¿Una bebida?**

Depende el momento.

**¿Mate, café o té?**

Mate.

**¿Qué música le gusta?**

Escucho todo. Mi gusto en ese sentido es muy variado.

**¿Su lugar en el mundo?**

Mi casa.

**¿Qué tres características lo definen?**

La calidez, la sinceridad y que soy un luchador.



# Un modelo de negocio más allá de los productos y servicios: las experiencias

Dicen que lo que nos llevamos son los momentos que hemos vivido, lo que compartimos con otros, los recuerdos; en definitiva, la experiencia de estar vivos. Es por eso que cada vez más empresas incursionan en este tipo de ofertas, un negocio en el que la creatividad y la innovación son fundamentales.

● Escribe: Naara Pérez Carrere

🐦 @NaaraPérez3

**V**ivir una experiencia diferente y valorar el momento. Ese es el objetivo que cada vez más empresas y personas buscan ofrecer y adquirir. Si bien este modelo de negocios no es nuevo en el mundo, Uruguay experimenta un apogeo de este tipo de ofertas. Según los expertos, esta tendencia se acentuó pospandemia, un momento clave en la historia de la humanidad que llevó a valorar más los momentos de disfrute.

Desde tours que conectan a las personas con historias, personajes o lugares que hacen a la idiosincrasia de los uruguayos como los de Peatonal Tours, hasta regalos de experiencias como los de Bigbox o recorridos exclusivos en bodegas como los de H. Stagnari, son diversos los rubros que ofrecen propuestas de este tipo y que conversaron con **Empresas & Negocios** en esta edición.

## Redescubrir la ciudad a través de experiencias únicas

Apasionados por el área turística, y luego del impulso del turismo interno a raíz de la pandemia, Sebastián Magallanes, Gastón Geymonat e Ignacio Olivera decidieron emprender y generar un servicio que hacía falta en Uruguay: tours que invitan a redescubrir Montevideo con recorridos innovadores y creativos.

“Hemos captado un público al que le llama la atención esta perspectiva que ofrecemos de Montevideo, con abordajes fuera de lo convencional. Hacemos dialogar la ciudad con relatos y no hay una oferta de este estilo. Es algo innovador, creativo, ameno, que mezcla lo pedagógico





con lo cultural”, detalló Magallanes. Con una amplia lista de tours para todos los gustos, que van desde la arquitectura hasta lo erótico, los fundadores de este emprendimiento destacan que los recorridos relacionados con historias de crímenes y tragedias, así como por el Palacio Salvo son los más requeridos por el público.

Pero además de revalorizar la ciudad, la propuesta apunta a brindar experiencias únicas a partir de la articulación con diversos actores. “Generamos contactos, damos un diferencial y, por ejemplo, si estamos hablando de arquitectura nos gusta terminar en un lugar donde se pueda subir y observar”, explicó Geymonat. En este sentido, los responsables de Peatonal Tours consideran que brindan experiencias que la gente no puede tener por sí sola.

“La mayoría de la gente nos dice que faltaban este tipo de experiencias en Uruguay”, contó Olivera sobre el *feedback* de quienes concurren a sus tours, que según categorizaron

**“Creemos que hay una fuerte tendencia a valorar más los momentos de disfrute y a compartir con seres queridos vivencias que generan recuerdos”, dijo el country manager de Bigbox.**

los entrevistados son principalmente personas curiosas, abiertas a nuevos relatos y con ciertas inquietudes.

A futuro, el plan de estos tres emprendedores es ampliar estas experiencias a espacios más allá de los tours, como pueden ser charlas y actividades.

#### **El arte de regalar experiencias**

“Regalar una experiencia se trata de crear emociones y recuerdos duraderos. Además, nuestros regalos son altamente personalizables, involucran a los clientes de manera profunda, generan satisfacción a largo plazo y tienen un mayor impacto emocional al regalar. La clave está en la emoción y en generar momentos de felicidad, eso es lo que brindamos a través de las experiencias en Bigbox”, explicó el country manager de la empresa, Mauro Casaravilla.

Bigbox, compañía que se define como una forma diferente de vivir emociones y experiencias únicas, ofrece regalos originales en el ámbito de la gastronomía, el relax, la aventura o las estadías. Enfocado en personas y empresas, quien reci-



be este regalo puede decidir, dentro de cada categoría, qué experiencia quiere vivir.

“Nosotros tenemos un slogan que dice: vivir más y acumular menos. Creemos que hay una fuerte tendencia a valorar más los momentos de disfrute y a compartir con seres queridos vivencias que generan recuerdos. En este sentido, nosotros trabajamos mucho en tener una propuesta cada vez más fuerte para aquellas personas y empresas que están buscando este tipo de efecto al regalar”, explicó el ejecutivo. Desde la empresa ven que esta tendencia está presente en el país desde hace años, pero coinciden en que cada vez se consolida más.

En este contexto, Bigbox está posicionada como la empresa líder en regalos de experiencias en Uruguay, y su compromiso a futuro es continuar consolidando su posición.

### Más allá del vino

Silvina Rosas, del departamento comercial de la bodega H. Stagnari, ubicada en ruta 5, Km 20, La Puebla, La Paz, Canelones, contó a **Empresas & Negocios** los detalles de la experiencia enoturística que ofrece la empresa.

“La oferta va desde una simple visita, una visita con degustación de vinos o de disfrutar de un delicioso almuerzo

con vista al viñedo elaborado por el chef residente Marcelo Bianchieri”, explicó.

En la visita, las personas pueden conocer la bodega donde se elabora el Tannat más premiado del mundo y recorrer el viñedo de uva blanca y se los invita a conocer todas las instalaciones y el proceso de elaboración, los tanques, la cava y la sala de premios.

Los tours son realizados por un miembro de la familia o por un técnico instruido, y como plus se puede conocer el primer laberinto de Uruguay creado con vides.

“Llegan turistas apasionados por los vinos, que por lo general son brasileros o americanos. Ellos están acostumbrados a éste turismo en sus países de origen. A nosotros como uruguayos aún nos falta normalizarlo como una opción de salida, pero vamos de a poco, y año a año hay más interesados”, sostuvo Rosas, a la vez que mencionó que las personas buscan una experiencia en la que se sientan conectados con la naturaleza.

“Generamos una vez al mes propuestas variadas para traccionar visitantes locales, y siempre que llegan quedan maravillados, se anotan para las próximas o quieren realizar celebraciones con nosotros que también son posibles”, explicó la ejecutiva. 🍷

NUEVAS TENDENCIAS ALIMENTARIAS

# Soñar en grande y hacerlo realidad

Posicionar a las semillas de cáñamo como un producto insignia del Uruguay es la razón por la que Andrés Sosa y Rodrigo Gómez, dos emprendedores oriundos de Paysandú, decidieron fundar Goland, una compañía uruguaya pionera a nivel nacional y de Latinoamérica en la producción, industrialización y comercialización de productos naturales elaborados en base a este superalimento.



Rodrigo Gómez  
y Andrés Sosa.

“

Siempre nos imaginamos desarrollar una nueva agroindustria en Uruguay que sea innovadora, respetuosa con el medio ambiente y de alto impacto en los consumidores finales”. Creemos que esta matriz se va a posicionar como otro cultivo importante en el país”, cuentan Andrés y Rodrigo sobre esos sueños que le dieron vida a su emprendimiento. Fundada en 2019, Goland logró desarrollar una nueva matriz alimentaria, establecerse

como uno de los principales referentes en su área y ser el productor más grande de cáñamo en Uruguay. En sus cinco años de vida y aprendizaje la empresa produjo en su plantación ubicada en Paysandú más de 100 hectáreas de grano, destinadas tanto para el mercado local como para el internacional. Todo esto convierte a la semilla de cáñamo en un producto prometedor para el país, que ha despertado el apoyo de instituciones como Uruguay XXI, ANII, MGAP, LATU y la Cámara de Industrias.

“El objetivo es agregar valor, generar puestos de trabajo, posicionar a Uruguay en todo el mundo e impulsar un desarrollo agroindustrial sostenible”, explicó Sosa, analista en Comercio Exterior con experiencia en el rubro agrícola ganadero.

“Quisimos aprovechar el desarrollo agrícola que tiene Uruguay e impulsar lo que el país está en el debe, que es el área industrial, lo que significa elaborar el producto y que no sea un commodity, darle valor agregado con mano de obra nacional”, agregó Gómez, abogado de profesión con trayectoria en el mundo del e-commerce.

Actualmente, sumando el empleo directo e indirecto, Goland brinda unos 25 puestos de trabajo.

**Potenciar nuevas tendencias alimentarias**  
La semilla de cáñamo -también conocida

como “hempseeds” por su nombre en inglés, es considerada un superalimento por sus beneficios excepcionales para la salud.

Su principal virtud es que es una importante fuente nutricional por su alto contenido de proteínas vegetales completas, ácidos grasos esenciales, omega 3, 6, vitaminas y minerales, entre los que destacan su aporte de hierro, fósforo y magnesio.

A la hora de sumar las semillas a las comidas, las posibilidades son infinitas, contaron los entrevistados. Dado que su sabor se asemeja al de la nuez, puede incluirse tanto en recetas saladas como dulces o consumirse solas, como cereales o snacks. También se pueden incluir en masas de pizzas, panes, budines y otras preparaciones de pastelería y combinan a la perfección en ensaladas, con yogures, helados, jugos de frutas, batidos o para sumar a salsas y aderezos.

Actualmente hay tres variedades de la marca en el mercado: proteína de semilla de cáñamo (hemp protein), semilla de cáñamo descascarada (hemp hearts) y aceite de semilla de cáñamo (hemp seed oil). “Esta semilla entra dentro de la categoría de superalimentos, lo que quiere decir que tiene una completa base de propiedades nutricionales y propiedades para la salud que son muy importantes”, detalló Gómez.

A futuro, en el área industrial, la empresa trabaja en el desarrollo de tres nuevos productos para sumar a su línea: bebida vegetal, hamburguesas y una barra de cereales.

#### Desarrollar toda la cadena productiva

Goland decidió hacer todo el desarrollo en Uruguay de la semilla de cáñamo, incluida la industrialización y la comercialización.

Esto se debe a que para la empresa es importante controlar todas las fases de sus procesos, desde la siembra hasta la distribución, con el objetivo de garantizar la calidad de sus productos.

“Esto tiene muchos desafíos desde el punto de vista de lo productivo. Si bien Uruguay tiene hoy agricultores muy buenos a nivel mundial, no habían trabajado con cáñamo nunca, entonces el desafío fue convencerlos a ellos de que este cultivo era un cultivo con capacidad de escalar para producir alimentos. En el área industrial el desafío fue enorme, no había máquinas, no había ingenieros in-



dustriales que supieran cómo trabajar este grano. Hicimos un vínculo con la Universidad Católica del Uruguay para empezar a escala piloto en su laboratorio, en el área de ingeniería de alimentos y trajimos las primeras máquinas”, rememoran los entrevistados, mientras evocan con nostalgia los nervios de la primera noche antes de que los productos salieran al mercado.

Ahora, desde el punto de vista comercial, el reto es educar e informar sobre la calidad de este superalimento, interés que actualmente se posiciona por quienes ya lo conocen, que son principalmente, deportistas, veganos y celíacos.

Pero la curiosidad se hace notar tanto a nivel local como regional, y en la última feria en la que participaron los emprendedores, en Brasil, según mencionó Gómez, recibieron una abrumadora cantidad de consultas, tanto de consumidores finales como de interesados en ser distribuidores de la marca.

En la actualidad, Goland está posicionado en las principales tiendas naturistas de Uruguay y en su sitio web vía e-commerce donde envían sus productos a todo el país.

Además, la compañía ya trabaja en su internacionalización. “Tenemos una primera etapa regional, en la que estamos trabajando con Brasil, Chile, Perú y Argentina, donde estamos trabajando en todo lo que tiene que ver con registros y procesos logísticos. Y después, una segunda etapa apunta a Estados Unidos y Europa”, detallaron los emprendedores. 🌱

**“Creemos que el grano de cáñamo se va a posicionar como otro cultivo importante en el país”.**

TESTEO

# Los detalles de Chevrolet Groove de primera mano

En estos últimos años la nueva tendencia en el mundo automotor apunta a las SUV. En este escenario, Chevrolet presenta como inicio de gama en este segmento la nueva Groove.



● Por: José Ignacio Marchese

**G**roove podría ser catalogada como la hermana menor de la Tracker. Apenas cinco centímetros más corta, ofrece un excelente equipamiento, con un look deportivo y una conducción muy ágil en ciudad. En lo que respecta a los datos técnicos, está equipada con un motor

de cuatro cilindros, de 1.5 litros atmosféricos, de 93 caballos de fuerza y un torque de 138 Nm. Además, en sus dos versiones, posee una caja manual de seis marchas. Esto lo convierte en un vehículo que se mueve con mucha fluidez en la ciudad, logrando unos excelentes consumos.

De acuerdo con el test mixto de ruta y ciudad que realizamos, logramos un consumo de seis litros cada 100 kilómetros, lo que sería casi unos 17 km/l, un excelente consumo teniendo en cuenta las dimensiones y el peso del vehículo. Su manejo encaja con el perfil de un vehi-

culo urbano, la suspensión es suave pero a la vez se siente robusta.

En lo que respecta el interior y la seguridad, cuenta con cuatro airbags (frontales y laterales), sistema de ABS con frenos de disco en las cuatro ruedas, control de estabilidad y de tracción, así como asistente de arranque en pendiente.

Respecto al interior, nos encontramos con muy buenas terminaciones, detalles en aluminio- que le dan un aspecto muy deportivo y elegante a la vez- y en cuero con costuras rojas y butacas también en cuero que permiten encontrar una posición de manejo ideal.

**“Nos encontramos con una muy buena opción de vehículo familiar, con líneas vistosas, que se destaca de sus competidores de gama por su excelente rendimiento y equipamiento”.**



El espacio en las plazas traseras es realmente generoso, con respaldos reclinables y sin descuidar la capacidad del baúl, con un volumen de 320 litros.

Consideramos que el espacio interior está muy bien aprovechado en esta SUV.

En cuanto al equipamiento, sin duda es el punto más destacable de Groove. Viene equipada con techo panorámico con apertura y cortina eléctricos, asiento del conductor con ajuste (parcialmente) eléctrico, control de velocidad crucero, cámara de retroceso

**“Consideramos que el espacio interior está muy bien aprovechado en esta SUV”.**



con sensores de estacionamiento, faros tipo LED, llave a distancia (*keyless*), espejos retrovisores eléctricos y retractiles y regulación de volante en altura (no en profundidad).

Nos hubiera gustado que también tenga encendido de luces automático, así como las teclas de vidrio “one touch” (solo la del

conductor es y exclusivamente para bajar el vidrio) y que la conectividad Apple Carplay sea de manera inalámbrica y no por cable. En resumen, nos encontramos con una muy

buena opción de vehículo familiar, con líneas vistosas, que se destaca de sus competidores de gama por su excelente rendimiento y equipamiento. 🚗

EN LOS PREMIOS GRAFFITI 2023

# Renault reafirmó su compromiso con la música uruguaya

La marca de vehículos francesa mostró sus modelos Arkana, Clio IV y Kwid, y entregó los premios al mejor videoclip en vivo y a la trayectoria.

La marca de vehículos Renault participó como sponsor oficial de la 21ª edición de los Premios Graffiti, ocasión en la que se celebra lo más destacado de la música uruguaya.

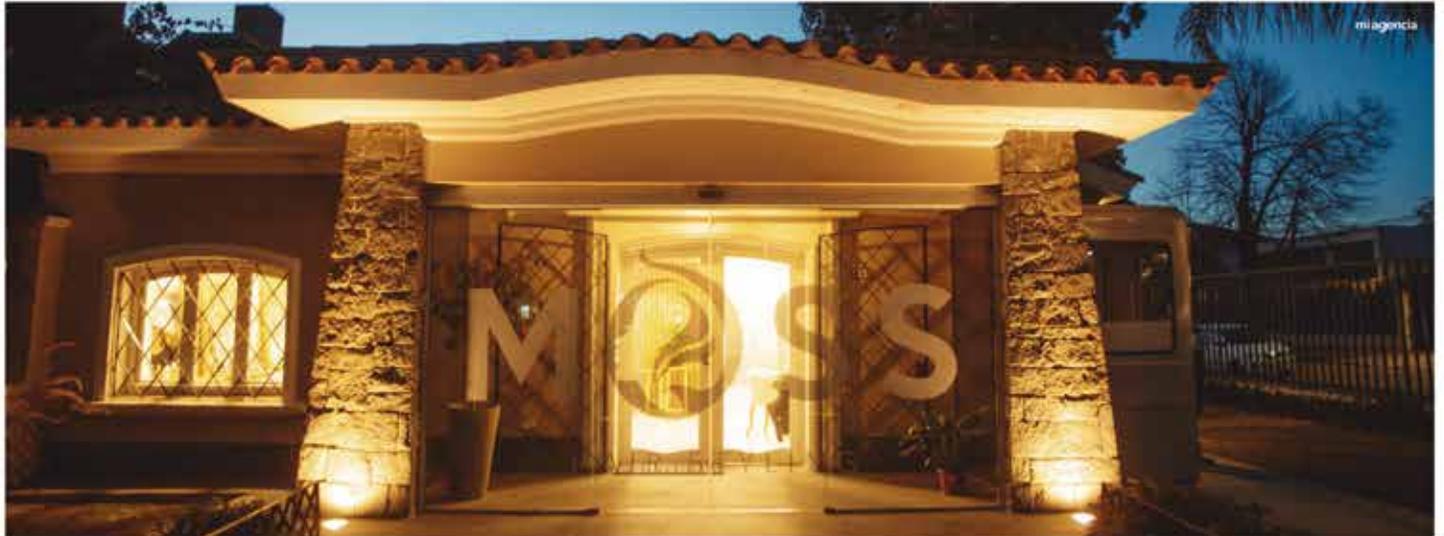
“Para Renault es muy importante poder contribuir con todas aquellas acciones que promuevan la cultura en sus más variadas expresiones y que impulsen a los artistas a seguir adelante con sus proyectos. Por eso, en nombre de la marca quiero agradecer especialmente a quienes hacen posible las distintas entregas de los Premios Graffiti por permitirnos ser parte de esta fiesta”, expresó Adrián Rosso, gerente comercial de Renault.

En esta oportunidad, la firma exhibió la calidad y tecnología que caracterizan a sus vehículos. El nuevo Renault Kwid, que lidera las listas de ventas en su segmento, fue exhibido en el Auditorio Adela Reta. Además, los modelos Arkana, un híbrido definido por la marca como la “evolución del SUV”, y Clio IV, distinguido por su atractivo diseño, fueron destacados durante las ceremonias.

Por otro lado, la firma participó en la ceremonia presentando algunos de los más de 40 premios.

A su vez, los modelos Renault fueron la fuente de inspiración del artista plástico y grafitero José Gallino, quien diseñó un mural especial para esta edición, el cual fue presentado en la gala del Auditorio Adela Reta. “Es realmente un placer haber contado con el arte y la creatividad de José Gallino, quien incorporó nuestro vehículo en su obra. Para nosotros es un orgullo poder exhibirla de ahora en más en nuestras instalaciones de casa central para que todos quienes nos visiten puedan apreciarla”, señaló Rosso. 🎨





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](mailto:info@peluqueriamoss.uy)

 @mosspeluqueria

# SECOM

PRIMER SERVICIO DE COMPAÑÍA DE URUGUAY Y DEL MUNDO



**Consultá por Nuestros Planes a Medida  
y comenzá a vivir con el respaldo del Primer  
Servicio de Compañía.**

**MONTEVIDEO:**

Colonia 851 / Tel.: 0800 4584

**MONTEVIDEO:**

Bv. Artigas 1495 / Tel.: 0800 4584

**CANELONES:**

Treinta y Tres 329 / Tel.: 4333 2835

**CARMELO:**

Uruguay 502 / Tel.: 4542 0989

**CIUDAD DE LA COSTA:**

Av. Giannattasio Km 21.400,  
Local 3 / Tel.: 2683 2826

**COLONIA:**

Alberto Méndez 161 / Tel.: 4522 5257

**DURAZNO:**

Manuel Oribe 451 / Tel.: 4363 4343

**LAS PIEDRAS:**

Av. de las Instrucciones del Año XIII 629 /  
Tel.: 2365 7599

**MALDONADO:**

Florida 671, Local 1 / Tel.: 4223 6045

**MERCEDES:**

Rodó 893 / Tel.: 4533 3186

**MINAS:**

Domingo Pérez 519 / Tel.: 4443 7169

**PANDO:**

Av. Artigas 1198 / Tel.: 2292 4584

**SAN JOSÉ:**

Peatonal Asamblea 649 / Tel.: 4342 2350

**TACUAREMBÓ:**

Ituzaingó 248 / Tel.: 4634 6474

**0800 4584 | [secom.com.uy](http://secom.com.uy)**