

# EMPRESAS & NEGOCIOS



## VIAJAR: LA ACTIVIDAD QUE SE VUELVE TENDENCIA

**MACROECONOMÍA**  
CAÍDA DE LAS  
EXPORTACIONES  
DE BIENES  
EN 2023

**ACADEMIA DE  
ECONOMÍA**  
EDUCACIÓN:  
PIEDRA ANGULAR  
DEL CRECIMIENTO  
ECONÓMICO

**DESARROLLO**  
PLAN VALE:  
PROYECTO DE  
ALCANCE  
NACIONAL

**MIDLAND HOTEL  
& RESORT**  
**ALL INCLUSIVE**  
NIVEL PREMIUM  
FULL SERVICE EN  
ALOJAMIENTO



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

*Y es así  
como hacemos las cosas.*



RUSCONI



El clima agradable y distendido del verano, la ausencia de responsabilidades estudiantiles y el atractivo de playas vecinas hacen que la temporada estival sea un momento de importante movimiento para el turismo emisoro uruguayo. En conversación con **Empresas & Negocios**, actores del sector, que se ha recuperado con éxito luego de la caída generada por la pandemia, contaron detalles sobre las tendencias de viaje de los uruguayos y su comportamiento a la hora de planear sus vacaciones. Además, recomendaron cinco destinos originales para aquellos que están planeando un viaje para este 2024. El Ec. Octavio Berruti Nunes, académico supernumerario y Premio Academia Nacional de Economía 2023 toca un tema de enorme importancia para el desarrollo: la educación. En su opinión, es necesario cambiar el paradigma, y alentar al gobierno de turno a comenzar a visualizar a la educación como inversión. Las exportaciones uruguayas cayeron el año pasado luego de alcanzar en el 2022 un récord en las ventas al mundo. Según el informe de Comercio Exterior, elaborado por Uruguay XXI, las ventas al mundo en 2023 totalizaron US\$ 11.518 millones, incluyendo las zonas francas. Esto se traduce en una disminución de las exportaciones en términos de valor de 13% respecto a 2022, año en que se registró niveles récord en los envíos al exterior. En Macroeconomía, la Ec Sofía Tuyará analiza el tema. Según un análisis de Euromonitor Internacional, las principales economías enfrentarán diversos desafíos y un entorno de crecimiento débil este 2024 debido a una política monetaria restrictiva en los mercados avanzados y un desempeño inferior al esperado en China. Entre otras cosas, el diferencial de crecimiento entre las economías desarrolladas y emergentes se ampliará este año. A su vez, el informe establece que el principal escenario que amenaza a la economía global sigue siendo la estancación, es decir, un estancamiento de la actividad económica combinado con una alta inflación.

El Informe de Riesgos Globales 2024, del Foro Económico Mundial, establece que la información errónea y la desinformación son los mayores riesgos a corto plazo, mientras que el clima extremo y el cambio drástico de los sistemas terrestres son la mayor preocupación a largo plazo, según las opiniones de más de 1.400 expertos en riesgos globales, políticos y líderes de la industria.

Están en **Empresas & Negocios**.

Pasen y vean...

## EDICIÓN 165



### 6. Bandeja de entrada

Nuevas tendencias globales de consumo en 2024.

### 8. Desarrollo

Plan Vale, un proyecto de alcance nacional.

### 10. Academia de Economía

La importancia de la educación para el crecimiento económico.

### 12. Macroeconomía

Las ventas de bienes de Uruguay al mundo disminuyeron un 13% en 2023.

### 16. Desarrollo

Perspectivas económicas mundiales.

### 22. Informe

Las nuevas tendencias de los viajes al exterior.

### 26. Desarrollo

Midland Hotel & Resort *All Inclusive*, una propuesta de alojamiento *premium full service*.



## Florencia Iglesias

Vicepresidenta de la Comisión de Género de CUTI y fundadora y CEO de These

**F**lorencia Iglesias, fundadora y CEO de These (The Software Evolution) aseguró al inicio de su charla con **Empresas & Negocios** que es necesario evolucionar para trascender. “Las empresas que más evolucionan son las que más crecen”, dijo al hablar sobre las enseñanzas que le ha dejado su camino laboral. Justamente su rol como vicepresidenta de la Comisión de Género de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI) mucho tiene que ver con esta premisa. “El desafío mayor es que la Comisión sea un lugar de intercambio y no de confrontación, que el intercambio sea real. Otro desafío es seguir luchando para que más mujeres

se sumen a esta industria bastante masculinizada y trabajar con las empresas para que no haya brecha de género a nivel salarial”, explicó Iglesias. Su empresa forma parte de esta cámara desde hace más de 10 años.



Un libro:  
**El peligro de estar cuerda,**  
de Rosa Montero.

A lo largo de esta década, contó, formar parte de esta organización le permitió compartir problemáticas, situaciones, soluciones y desafíos. “No solo se aprende de nuestros mentores o profesores, sino también de los pares y es muy efectivo a la hora de buscar soluciones; la experiencia aporta mucho y el sector empresarial no es ajeno”, detalló.

### Amar la trama

“Amar la trama”: esa es la frase que la empresaria utiliza como lema en su día a día. En el caso de Florencia, la trama comenzó el 26 de junio de 1985 en Montevideo, con su nacimiento y continuó con una niña a la que le interesaba mucho el conocimiento, y

el saber de todo; por eso, en cierto punto, pensó en ser periodista.

Pero trabajar en una empresa de tecnología hizo que su trama derivara en una industria a la que considera dinámica y que le permite nutrirse de distintos conocimientos y estar actualizada: la tecnológica. Eso también la llevó a emprender y traer al país una disciplina que en estas latitudes no se aplicaba, como era en su momento el testing y el testing automatizado.

En ese camino, destacó, ha tenido grandes mentores y mentoras, y su padre tuvo un rol fundamental con su ejemplo. “Aprendí de mi padre que tenía una empresa muy pequeña o más bien un trabajo independiente. El haberlo visto salir de momentos difíciles me ha ayudado a darme cuenta de que nada nos cae del cielo, sino que hay que salir a buscar las oportunidades”, señaló.

En la actualidad tiene dos hijos, Isabel de ocho años y Juan de cinco; y está casada con Pablo Gonzaga. Otros integrantes de su familia son Toribio -su perro Jack Russell Terrier-, y las gatas Sila y Ela. Estar con sus hijos, leer, armar legos, cocinar con Juan y ver películas con Isa son algunos de sus hobbies. Además, su pasión por el conocimiento sigue intacta.

También disfruta del rock y en lo que tiene que ver con el ambiente laboral elige siempre el mate y el estar rodeada de luz natural y sahumerios. Sobre el futuro de la trama de su vida, proyectando de aquí a 10 años, la vicepresidenta de la Comisión de Género de la CUTI espera verse más tranquila, más madura y más asentada y viajando más por placer que por trabajo. ☺

# Nutrilencia

Nutrición  
+ Excelencia

Inventamos esta palabra para describir la **educación** en **bienestar** que reciben nuestros socios a través de **talleres** y **eventos** donde aprenden sobre **alimentación deportiva**, **alimentación vegetariana** o tips para **cocinar de manera saludable**.

En cada uno de estos espacios, guiados por **profesionales de excelencia**, vivencian la **cultura** y los **valores** de una institución en la que todo está preparado para potenciar una **vida plena**.

---

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

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

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

 **HOSPITAL  
BRITÁNICO**



SEGÚN EUROMONITOR

# Nuevas tendencias globales de consumo en 2024

La reconocida empresa de investigación de mercado publicó su informe sobre las tendencias de consumo que se vislumbran para el corriente año. Los datos recorren así las motivaciones de los consumidores y profundizan en cómo su comportamiento modifica las necesidades de compra.



53%

En tanto, desde la mirada empresarial, más de la mitad de los profesionales dijo que su empresa planea invertir en IA generativa durante los próximos cinco años.

## El poder de la distracción y el valor de las experiencias

Los datos relevados por la empresa de investigación de mercado muestran que los consumidores quieren dejar de pensar en lo que los estresa a diario. Esto genera una necesidad de alivio de sus ansiedades y una oportunidad de romper con lo mundano. Es por esto que pequeñas sorpresas y actos de alegría pueden satisfacer, de alguna manera, esta demanda, lo que lleva a los compradores a buscar productos que provoquen esas emociones gratificantes. Las marcas que encuentren oportunidades para crear felicidad y experiencias construirán conexiones sólidas con los clientes.

42%

## El boom de la Inteligencia Artificial y sus posibles usos

Según Euromonitor, la IA generativa está reiniciando el ecosistema de compras y las nuevas herramientas se están convirtiendo en cocreadores para los consumidores, influyendo en sus decisiones e impactando las interacciones con las marcas.

Las proyecciones indican que esta tecnología estará cada vez más integrada en nuestra vida diaria, por lo que, en este 2024, las empresas deben aprovechar la IA generativa para mejorar la personalización y enriquecer la experiencia del cliente.

Este porcentaje de consumidores asegura que se sentiría cómodo con asistentes de voz que proporcionararan información personalizada sobre el producto y sugerencias de productos.

17%

Menos de la cuarta parte de los consumidores se sentiría cómodo usando un bot para resolver preguntas complejas de servicio al cliente

55%

Más de la mitad de los consumidores dijeron que compraron en tiendas que crearon experiencias atractivas

Este porcentaje de los consumidores se sentiría cómodo si las marcas rastrearán sus emociones y personalizaran las experiencias según su estado de ánimo

29%

## El cuidado de lo medioambiental y el vaivén de la motivación

Las preocupaciones medioambientales siguen siendo una prioridad. “Más del 60% de los consumidores intentaron tener un impacto positivo en el medioambiente en 2023, pero se dan cuenta de que sus contribuciones individuales para proteger el planeta son limitadas”, detalla el informe. Ante esto, algunos consumidores seguirán tomando decisiones sostenibles dentro de sus posibilidades, mientras que otros tal vez no hagan tanto esfuerzo porque se sienten desanimados.

64%

La mayoría de los consumidores intentaron tener un impacto positivo en el medioambiente a través de sus acciones cotidianas en 2023.

45%

Desde el lado empresarial, el 45% afirmó que su empresa prevé invertir en certificaciones para evitar el lavado en verde en los próximos cinco años.

### Una nueva mentalidad financiera

Durante el 2023, casi tres de cada cuatro consumidores expresaron preocupación por el aumento del costo de productos cotidianos. “Incluso cuando la inflación se desacelera, los efectos residuales siguen obstaculizando su poder adquisitivo”, dijeron desde Euromonitor. Ahorrar dinero sigue siendo una prioridad, pero los compradores buscarán formas novedosas de estirar sus billeteras. En este contexto, las empresas deberán aumentar los incentivos, innovar en torno a la asequibilidad y atender necesidades conscientes de los costos.

74%

La mayoría de los consumidores mostró preocupación por el aumento del costo de productos cotidianos en 2023



44%

Un poco menos de la mitad de los consumidores planeaba ahorrar más dinero en 2023

### La creciente importancia de los productos de belleza

Los guarismos recabados por Euromonitor muestran que los consumidores están adoptando un enfoque realista en materia de autocuidado y refieren remedios fáciles y eficaces que se adaptan a sus estilos de vida y requieren poco tiempo o esfuerzo. Estos consumidores también están estableciendo objetivos de bienestar más alcanzables. No esperan cambios radicales de la noche a la mañana, pero sí ver mejoras visibles, incluso cuando al principio sean pequeñas.

85%

Una amplia mayoría de los consumidores estaría dispuesto a pagar más por productos de belleza con eficacia o beneficios comprobados

### El contexto

Las cuestiones sociales y políticas siguen desencadenando debates en todo el mundo. En este escenario, algunos compradores seguirán apoyando marcas que se alineen con sus valores. Al mismo tiempo, es posible que los consumidores no traduzcan sus opi-

niones sociales o políticas en decisiones de compra de artículos concretos. Algunos, incluso, pueden mantenerse alejados de marcas que promueven una agenda partidista. De todos modos, las personas son más rápidas en denunciar o evitar a las empresas que impulsan campañas de marketing en torno a temas controvertidos. El consejo de Euromonitor es que las empresas aborden los temas candentes con cuidado y permanezcan fieles al espíritu de la marca.

37%

Más de un tercio de los consumidores cree que habrá más disturbios políticos en su país en los próximos cinco años.

32%

Este porcentaje de los consumidores participó activamente en cuestiones políticas y sociales. 🗳️

#INDUSTRIASOSTENIBLE

# Plan Vale: La industria comprometida con la valorización de envases y materiales de envasado

La iniciativa tiene como objetivo fortalecer los sistemas actuales de tratamiento de envases, así como incrementar significativamente la recuperación de materiales reciclables. Impulsada por más de 2.800 empresas adheridas y la Cámara de Industrias del Uruguay (CIU), la institución se alinea con la estrategia país en la materia, contribuyendo a su desarrollo sostenible.

**E**n busca de afianzar la sostenibilidad en el sector Industrial, el Plan para la Valoración de los Envases y Materiales de Envasado, llamado Plan Vale, pone el foco en el cumplimiento de la normativa nacional, en las nuevas metas de recuperación; optimización de recursos en economía de escala; contribución con la economía circular e integración a los planes de responsabilidad empresarial.

## Un proceso en constante evolución

El proyecto es una evolución del Plan de Gestión de Envases (PGE), creado en el año 2007 de forma voluntaria por empresas socias de CIU. El mismo se conformó antes de que el decreto reglamentario de la llamada popularmente ley de envases (Ley N° 17.849) fuera aprobado. Luego de dicha aprobación, CIU se hizo cargo del plan, convirtiéndose en un acuerdo público - privado.

El plan ha sido operado y mantenido mediante el fideicomiso PGE – CIU, que cuenta con convenios con las Intendencias de

**Entre los hitos más significativos del 2023 para la implementación del Plan Vale a nivel territorial, se destaca la firma de convenios con las intendencias de Canelones, Río Negro, Soriano y Rivera.**



seis departamentos (Canelones, Flores, Maldonado, Montevideo, Rivera y Rocha) y los ministerios de Vivienda y Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (actualmente Ministerio de Ambiente) y Desarrollo Social.

Otro avance en el proceso de la gestión de residuos de envases se dio por la Resolución N°271/2021 “Objetivos mínimos de recuperación y valorización de envases post-consumo no retornables”, del Ministerio de Ambiente. Tanto CIU como las empresas industriales nacio-

nales, como las importadoras, se comprometieron a alcanzar las metas de recuperación que detalla la disposición, a través de la disminución de la generación de residuos y promoción de la valorización de envases.

Así surge el Plan Vale, el que fue aprobado en agosto de 2022 por el Ministerio de Ambiente, lo que muestra el respaldo del Estado a la iniciativa. La estrategia fue diseñada por un equipo de múltiples expertos en la materia y en consulta con diversos actores de la cadena de valor.

**Proyecto de alcance nacional**

Para llegar a los objetivos planteados, el Plan Vale implementa dos soluciones de alcance nacional en forma complementaria y conjunta: un Sistema de Depósito, Devolución y Reembolso para los envases de bebidas y un Sistema de Recuperación Selectiva para todo tipo de envases y material envasado.

Su implementación será gradual buscando eficiencias a nivel de la gestión operativa enfocadas en concretar índices de recuperación cercana a 10 veces por encima de los actuales.

Dentro de su diseño, se incorporó un plan de trabajo para la comunicación, buscando el desarrollo de nuevos hábitos y participación en la gestión de residuos por parte de la ciudadanía.

**Avances del Plan Vale**

Entre los hitos más significativos del 2023 para la implementación del Plan Vale a nivel territorial, se destaca la firma de convenios con las intendencias de Canelones, Río Negro, Soriano y Rivera.

En Canelones dicha alianza fortalece la recuperación selectiva de envases a raíz de mejoras en las plantas de clasificación y reforma el equipamiento del circuito limpio de recolección. El mismo genera sinergias para tri-

**Con la visión hacia el 2025, el Plan Vale establece tres metas: creación de fuentes de trabajo, contribuir a la transformación del país hacia la economía circular, y la concreción de una cadena productiva eficiente.**

plicar la valorización de reciclables a 2024 en el departamento. De igual modo, 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. A esto se suma el aporte de contenedores para reciclables, Ecopuntos y camiones eléctricos.

Por otra parte, por la firma del convenio con la Intendencia de Río Negro, el departamento contará con nuevos contenedores y camiones que ampliarán el circuito limpio de recolección de reciclables en Fray Bentos y Young. Además, se montará una planta de clasificación en Young que permitirá la mejora en las condiciones laborales de los clasificadores.

En tanto, la alianza con la Intendencia de Soriano integra un nuevo departamento del litoral al PGE, donde trabajan desde hace varios años con la localidad de Riso y la ciudad de Dolores, y desde 2022 en Mercedes y Cardona a través del sistema de recolección diferenciada.

La planta de Dolores contará con mejoras en su equipamiento mediante el convenio y pro-

piciará el desarrollo de nueva infraestructura de clasificación para Mercedes. Asimismo, posibilitará la formalización del servicio de clasificación del departamento. Su objetivo es recuperar en el corto plazo unas 500 toneladas de reciclables anuales.

Luego, en Rivera, el PGE trabaja desde hace 13 años con recolección puerta a puerta, puntos de entrega voluntaria distribuidos en las ciudades, así como con cooperativa de clasificadores que opera en la ciudad de Rivera, Tranqueras y localidades aledañas. De esta manera, en los últimos cuatro años el departamento ha recuperado un promedio de 270 toneladas anuales de reciclables.

Esperan en este departamento fortalecer la clasificación selectiva de envases e incrementar la capacidad de la planta de clasificación de Rivera. Aspiran a duplicar la recuperación de reciclables en el mediano plazo.

Con la visión hacia el 2025, el Plan Vale establece tres metas: creación de fuentes de trabajo, contribuir a la transformación del país hacia la economía circular, y la concreción de una cadena productiva eficiente.

Más información en:

[www.ciu.com.uy/novedades-ciu/plan-vale/](http://www.ciu.com.uy/novedades-ciu/plan-vale/) 

# AEROPUERTOS VIP CLUB

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



aerpuertosvipclub



+598 99 673 891

# Educación, piedra angular del crecimiento económico



● **Escribe: Ec. Octavio Berruti Nunes**  
Académico Supernumerario y Premio Academia Nacional de Economía 2023

Lao-Tsé: *“Dale un pescado a un hombre y comerá un día, enséñale a pescar y comerá todos los días”.*

**E**n el escenario actual, ininterrumpidamente se escucha a colegas y profesionales opinando sobre su metodológica forma de orientar al país a transitar la prosperidad del crecimiento económico. Dentro del controversial debate, se

anhelan transformaciones en matrices monetarias, energéticas, financieras, comercio exterior, entre otros temas. No obstante, el país debe tomar la bandera de una piedra angular del crecimiento económico: la educación.

Es necesario cambiar el paradigma, y alentar al gobierno, de turno, a comenzar a visualizar a la educación como inversión. Desde los primeros días el conocimiento se presenta como una piedra fundamental.

*“Si un hombre deja de lado la educación, camina cojo hasta el final de su vida” (Platón).*

Retrocediendo en el tiempo, economistas, como Theodore William Schultz, que estu-

dió a la inversión en educación en relación del crecimiento; y Gary Becker, quien realizó aportes de la teoría del capital humano a través de la acumulación de conocimientos. El escenario nacional, lejano de su mejor versión, atraviesa contundentes dificultades relacionadas a la educación: bajos niveles de cobertura en educación media y terciaria; niveles de extraedad significantes como correlato de alta repetición (afectando principalmente a la educación media); altas tasas de repetición desde la educación primaria. La problemática sumatoria culmina en cifras elevadas de jóvenes que no completan el ciclo educativo obligatorio y niveles de aprendizaje por debajo de lo deseable. Des-

cendiendo analíticamente a nivel socioeconómico de los estudiantes, la problemática desencadena de manera inequívoca a una notoria desigualdad.

El crucigrama estructural no se posiciona como un panorama alentador, presenta desafíos significativos; el diseño de políticas, decisiones, trabajo técnico, contenidos curriculares, transitan de manera independiente a la principal institución educativa (a diferencia de países latinoamericanos). La problemática renace en la desarticulación por tramos del sistema educativo.

Contemplando el panorama, en la encrucijada se visualizan cuellos de botella que imposibilitan dar pasos con firmeza en la educación. El desempeño educativo es el primero de ellos, la extraedad presenta un impacto contundente, expresado en altas tasas de repetición. Un 21.2% de alumnos ingresados a primer año de liceo en 2017, lo hicieron con 13 o más años (Datos de Monitor Liceal 2017).

### Bajas y desiguales tasas de egreso

Uruguay ocupa los últimos lugares de niveles de tasas de egreso de secundaria en Latinoamérica, únicamente superando a Nicaragua, Guatemala y Honduras. Así, un 43% de los estudiantes culminan el proceso de bachillerato, una cifra alarmante. Dogmatizar el compromiso de culminar procesos educativos ha de ser materia obligatoria, debido que el mismo se traduce como empleo futuro. Entre 18 y 20 años, 70% culmina educación media superior, y en quintil de bajos recursos la cifra converge a uno cada 10 estudiantes.

El organigrama institucional carece de coordinación entre actores relevantes en la educación (Codicen, ANEP, MEC), provocando la no aportación de cimientos sólidos para transitar un proceso de reestructuración educativa. Sin embargo, el mencionado punto converge en una discusión de índole estéril: la institución no incide directamente en las raíces del problema como lo son las cuestiones pedagógicas.

Uruguay transitó entre 2002 y 2019 el ciclo de expansión económica de mayor índole de su historia contemporánea. Hubo un crecimiento acumulado del 87% a precios constantes, y en cuanto a materia social, la pobreza descendió de 32.5% a 8.2%. El índice de Gini decreció de 45.6 a 39.7 en 2019, explicando menores desviaciones en distribución de ingreso, reflejado esto notoriamente en el incremento de indicadores sociales.

En paralelo, dado el fructífero desempeño macroeconómico, era de esperarse una evolución similar en el marco educativo. Sin embargo, el displicente avance de este presentó un desempeño disímil, principalmente asociado al cuello de botella del nivel secundario, con tasa bruta de matriculación (13 a 17 años) en el quintil de menor ingreso, que mantiene posicionándose en los últimos puestos de Latinoamérica.

Es preciso dedicar esfuerzos enfatizados en tres principales obstáculos: la necesidad de universalizar la educación media nacional, resolver el estancamiento de aprendizajes en el recorrido educativo y la reestructuración coordinada de instituciones y actores a nivel

educativo. Esto implica la elaboración de políticas educativas pertinentes de índole coherentes y coordinadas.

La evidencia a nivel internacional respalda la idea de que una estructura institucional que incluya la rendición de cuentas mediante exámenes externos públicos, como los exámenes de finalización de cada etapa educativa, puede generar incentivos efectivos para mejorar el rendimiento educativo. Estos exámenes, al ser públicos, permiten evaluar tanto la calidad educativa de las diferentes instituciones como el rendimiento individual de los estudiantes. Esto se debe a que la obtención del certificado de finalización de una etapa educativa está condicionada a aprobar el examen, lo que establece un estándar mínimo de logro.

En el contexto uruguayo, sería factible implementar un examen de finalización del Ciclo Básico, lo que permitiría evaluar y validar el nivel de conocimientos de jóvenes de 15 años que están a punto de incorporarse al mercado laboral (Sapelli).

Probablemente, el análisis no deba situarse en el cuerpo visible del iceberg, sino afrontar la cara subyacente del asunto y atender la distorsionada realidad de pobreza, desigualdad, salud y situación económica. A lo largo del trayecto de resolver las incógnitas nacionales y direccionar hacia el crecimiento económico, el país debe realizar su patriada a favor de una piedra angular en el desarrollo económico: la educación.

*“Una inversión en conocimiento paga el mejor de los intereses”.* (Benjamin Franklin) 



el verano  
es muy Itaú

Beneficios en restaurantes, librerías, heladerías, moda, canjes y más.

Itaú

Condiciones en [itau.com.uy](http://itau.com.uy)

conocé más

COMERCIO EXTERIOR

# Exportaciones de bienes cayeron en 2023

Las ventas de bienes de Uruguay al mundo disminuyeron un 13% en 2023, luego del 2022 que fue un año record en las exportaciones.

● **Escribe:** Sofía Tuyaré

La economía mundial el año pasado enfrentó varios retos: la lenta recuperación del crecimiento mundial, el magro desempeño de las economías desarrolladas, la inflación elevada en algunos países, la suba de la tasa de interés -en particular en Estados Unidos y Europa-, la desaceleración de China, la baja en los precios de los commodities, entre otros. Estos factores repercutieron en el comercio internacional.

En la última actualización disponible de octubre 2023 -recién a fin de mes se publicará la versión de enero de 2024- del informe de "Perspectivas de la economía mundial" (WEO por su sigla en inglés) del Fondo Monetario Internacional (FMI), el organismo internacional proyectaba que los volúmenes de comercio mundial, incluyendo bienes y servicios, crecieran 0.9% el año pasado, luego de expandirse 5.1% en 2022. El FMI estima que el volumen de comercio internacional crezca 3.5% este año.

En la misma línea, en una publicación de octubre sobre las perspectivas del comercio mundial, la Organización Mundial de Comercio (OMC) proyectó

que los volúmenes del comercio mundial de mercancía se habrían expandido en 0.8% en 2023 y que en 2024 repunte y crezca un 3.3%.

## Uruguay

Las exportaciones uruguayas cayeron el año pasado luego de alcanzar el año anterior un récord en las ventas al mundo. Según el informe de Comercio Exterior elaborado por Uruguay XXI, las ventas al mundo en 2023 totalizaron US\$ 11.518 millones, incluyendo las zonas francas. Esto se traduce en una disminución de las exportaciones en términos de valor de 13% respecto a 2022, año en que se registró niveles récord en los envíos al exterior.

A los factores externos que previamente listamos que tuvieron efectos en el comercio internacional, se le tiene que sumar acontecimientos internos que impactaron en las exportaciones y explican, en gran medida, la fuerte contracción de las ventas al mundo. La sequía que transitó el país el año pasado, de las más duras que se tenga registro en los últimos años, afectó, sobre todo, a los sectores agropecuarios. El impacto en la producción de algunos bienes, como por ejemplo la soja, se vio reflejado en la caída de las ventas al mundo del sector.

Según el informe de Comercio Exterior elaborado por Uruguay XXI, las ventas al mundo en 2023 totalizaron US\$ 11.518 millones, incluyendo las zonas francas. Esto se traduce en una disminución de las exportaciones en términos de valor de 13% respecto a 2022.

Los bienes que lideraron la lista de exportaciones en 2023 fueron la carne bovina, celulosa, los lácteos, concentrados de bebidas y arroz. Según el informe de Uruguay XXI los rubros con mayor incidencia positiva el año pasado fueron, ganado en pie y celulosa. Por el lado contrario, los productos que explican, sobre todo, la caída de las ventas al mundo fueron la soja y la carne bovina.

China fue el principal socio comercial. El año pasado, el 22% de las ventas al mundo de bienes tuvieron como destino el gigante asiático. Lo siguió Brasil, muy cerca, con el 19%. La Unión Europea ocupó el tercer puesto, dado que el 16% de las exportaciones fueron al bloque europeo. Lo siguió Estados Unidos con una participación de 8%, y Argentina con 5%.

## TCR

La divisa extranjera en los primeros quince días del año -momento que se cerró esta nota- se mantuvo en el entorno de los 39 pesos. El año pasado el valor del dólar interbancario billete disminuyó 3%.

Esta variable no brinda información comparativa respecto a los socios comerciales que tenga el país. Es interesante comparar cómo se encuentran los produc-

# NUEVA RENAULT ARKANA



Descubrí las nuevas versiones, ahora con asientos de cuero, sunroof, parlantes Bose y Easy Parking Assist.\*

Precio desde

## USD 39.990

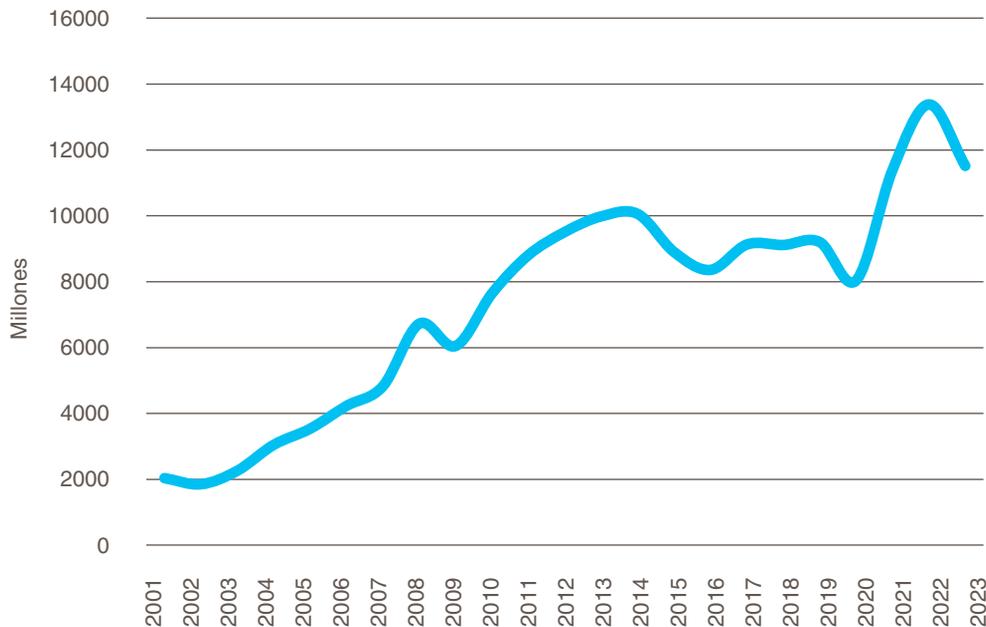
**Montevideo:** Santa Rosa Centro - Santa Rosa Av, Italia - Carmax - Oscar Pisano Automóviles - Alianza Motors / **Canelones:** Moreira Automóviles - Renault Car One / **Cerro Largo:** Mauricio Farias Automotores / **Colonia:** Videsol / **Florida:** Romildo Pereyra / **Lavalleja:** Automotora Marmolejo / **Maldonado:** Glovio 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.  
\* Equipamiento disponible según versión.

renault.com.uy    



Exportaciones de Uruguay al mundo



Nota: Incluye zonas francas.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Uruguay XXI.



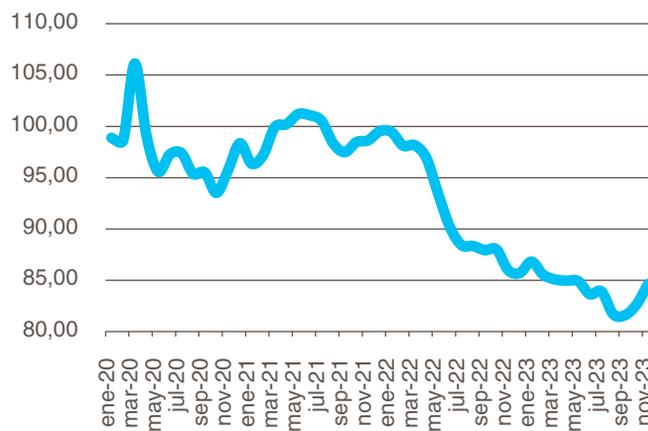
**Sofía Tuyaré**  
Economista, integrante del departamento de Consultoría de Carle & Andrioli, firma miembro independiente de GGI Global Alliance

tos uruguayos con los principales competidores en términos de precios.

Un indicador que se utiliza para observar si Uruguay se encareció o abarató respecto a sus socios es el Índice de Tipo de Cambio Real Efectivo (TCR) que elabora mensualmente el Banco Central del Uruguay (BCU). El TCR global en noviembre de 2023 aumentó un 2% respecto de octubre. En términos interanuales, el TCR disminuyó 2% y se observa una caída en el índice desde febrero de 2022.

Respecto de los socios extrarregionales, el TCR disminuyó 3% en noviembre respecto del mismo mes del año anterior. Si se compara con los dos grandes vecinos, en términos interanuales, el TCR disminuyó 7% con Argentina y aumentó 7% con Brasil. 🌐

Tipo de cambio real efectivo global



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCU.



# El poder de ser quien eres

Más que una banca, una nueva forma de disfrutar la vida.



Atención personalizada



Productos y beneficios preferenciales



Beneficios exclusivos

Abri tu Cuenta **online**



Banca Premium

**Scotiabank.**

# Perspectivas económicas mundiales

La economía global ha mostrado una resiliencia inesperada en 2023, a pesar del aumento de la inflación y la política monetaria restrictiva en la mayoría de las economías, lo que resultó en una tercera revisión al alza consecutiva del crecimiento del PIB real del 2.8%. Esto se debe a la fortaleza de la economía de Estados Unidos. Sin embargo, para 2024, las expectativas de crecimiento global han disminuido, y ahora son más bajas que para 2023, de un 2.7%. Esto se da cuando se espera que una política monetaria restrictiva desacelere el impulso en el sector de servicio y los mercados laborales en las economías avanzadas, en un escenario de un comercio mundial debilitado.

Así, y en resumen, las principales economías enfrentarán diversos desafíos y un entorno de crecimiento débil este 2024 debido a una política monetaria restrictiva en los mercados avanzados y un desempeño inferior al esperado en China.

Un análisis de Euromonitor Internacional sobre la economía mundial echa luz sobre el tema y pone foco en las razones del escenario que se proyecta.



**E**stados Unidos impulsó el desempeño económico mundial, ya que el gasto de los consumidores y las inversiones empresariales se mantuvieron resistentes a pesar del rápido aumento de las tasas de interés. Los niveles sostenidos de consumo y actividad en el sector de servicios en todos los mercados también contribuyeron al impulso. Por el contrario, la eurozona permaneció estancada debido a que la débil demanda extranjera afectó a los fabricantes y la actual crisis del sector inmobiliario en China continúa debilitando la confianza de las empresas y los consumidores.

Se espera que la economía mundial se acelere aún más en 2024. Los últimos datos muestran un crecimiento del PIB de 2.7% este año, una revisión a la baja de 0.2 puntos porcentuales según la previsión para el cuarto trimestre de 2023. Una política monetaria restrictiva desacelerará el gasto de los consumidores y las inversiones empresariales, lo que tiene efectos residuales negativos en los mercados laborales, el sector servicios y la manufactura.

Se espera que las economías avanzadas registren un crecimiento del PIB de 1.1% (frente al 1,4% en 2023), mientras que los países en desarrollo se mantendrán estables en el 4.0%. Asia Pacífico continúa impulsando las perspectivas económicas globales a pesar de los desafíos en China. Los analistas esperan que India sea la economía de más rápido crecimiento en 2024, con un 6.1%. Vietnam, Filipinas e Indonesia también están contribuyendo al desempeño de esa zona del mundo, creciendo más del 5.0% cada uno este año. Por tanto, según la visión del informe de

**El diferencial de crecimiento entre las economías desarrolladas y emergentes se ampliará en 2024.**

Euromonitor, las empresas deberían prepararse para un segundo año consecutivo de desaceleración económica mundial, y se espera que el crecimiento se recupere en 2025.

### Inflación

Según el análisis, en 2024 “la inflación mundial se modera al 4.9% a medida que las altas tasas de interés y las condiciones crediticias más estrictas afectan la actividad económica y reducen las presiones de demanda inflacionaria”.

Se remarca, a su vez, que la inflación disminuirá más rápidamente en las economías avanzadas en comparación con los países emergentes este año. “Los mercados en desarrollo son más vulnerables a las perturbaciones de los precios de las materias primas,

que provocan presiones persistentes sobre los precios”, indica.

El informe establece que las empresas deben ser conscientes de los numerosos factores que impactan las tasas de inflación en el próximo año, especialmente por el lado de la oferta.

Se alerta, además, que la economía mundial enfrenta varios eventos geopolíticos, incluida la guerra entre Israel y Hamás, con implicaciones potencialmente importantes para los mercados de productos básicos. “Si estos aumentan, afectando el suministro de energía y alimentos, el riesgo de un resurgimiento de la inflación global aumenta considerablemente”, subraya.

### Principales riesgos y escenarios

En su informe, Euromonitor establece las

principales amenazas a las que se enfrenta la economía global.

### Tensiones geopolíticas

La economía global seguirá enfrentando posibles perturbaciones como resultado de la guerra en curso en Ucrania, especialmente porque Rusia limita su suministro de materias primas y también la capacidad de Ucrania para exportar. Pero más en lo macro, una de las principales tendencias que observamos en el mundo actual, y que será fundamental en los próximos años, será el paso de un mundo unipolar a un mundo mucho más multipolar. A lo largo y ancho del globo comienzan a conformarse centros de poder en determinadas regiones o ámbitos. Algunos ejemplos son Rusia y Turquía en la zona euroasiática; Sudáfrica, Angola, Nigeria o Etiopía en África subsahariana;

# Verano Soñado

## TODOS LOS DÍAS

HOTELERÍA  
**30%**  
DESCUENTO

CON TARJETAS BROU RECOMPENSA  
MASTERCARD CRÉDITO

GASTRONOMÍA  
**20%**  
DESCUENTO

CON TARJETAS BROU RECOMPENSA  
MASTERCARD CRÉDITO

## VIERNES A DOMINGOS

GASTRONOMÍA  
**10%**  
DESCUENTO

CON TARJETAS VISA DÉBITO Y CRÉDITO,  
BROU RECOMPENSA MASTERCARD DÉBITO



**BANCO  
REPÚBLICA**  
NUESTRO BANCO PAÍS



India e Indonesia en la región de Asia-Pacífico; Irán y Arabia Saudí en Oriente; y Brasil o México en América Latina.

**Desafíos en China**

El debilitado sector inmobiliario de China podría convertirse en una crisis más profunda en medio de las continuas preocupaciones sobre los impagos de deuda de las principales empresas inmobiliarias. Esto podría causar un daño significativo a la economía global. Así, el sector inmobiliario es un arma de doble filo para China. Representa un 26% del PIB, pero sus compañías más grandes —Evergrande, Sunac y Country Garden— se dirigen a la quiebra.

Esta crisis tiene un efecto generalizado en la sociedad china, donde 70% de los bienes familiares están inmovilizados en la propiedad. Cada caída de 5% en los precios de las viviendas eliminará 19 billones de yuanes (US\$ 2.7 billones) en riqueza inmobiliaria, según Bloomberg Economics.

**Política monetaria estricta**

“Una política monetaria restrictiva en Estados Unidos y la eurozona podría provocar desaceleraciones económicas más pronunciadas de lo esperado con implicaciones globales”, indica Euromonitor. No se descartan nuevas subidas de los tipos de interés a pesar de la notable desaceleración del impulso del crecimiento.

**Inflación subyacente persistente**

La inflación subyacente ha demostrado ser más persistente de lo esperado. Sin embargo, los efectos de transmisión de shocks

adicionales en los precios de las materias primas en el futuro podrían significar una inflación subyacente más rígida con implicaciones para las tasas de interés, la confianza y el crecimiento, remarca el informe.

**El principal escenario que amenaza a la economía global sigue siendo la estancación: un estancamiento de la actividad económica combinado con una alta inflación.**

En el escenario de estancación global, el PIB real se desacelera drásticamente hasta el 0.1% en 2024, mientras que la inflación aumenta hasta el 6.8%. Una mayor perturbación del suministro mundial de energía y alimentos, como resultado de la guerra en Ucrania y otros conflictos emergentes, podría conducir a este resultado, prevé Euromonitor.

**Estados Unidos**

La economía estadounidense mantuvo una fortaleza sorprendente de cara al cuarto trimestre del año pasado. Una revisión al alza de 0.8 puntos porcentuales sitúa el crecimiento del PIB real en el 2.0% para 2023. El sólido gasto de los consumidores y la resiliencia del mercado laboral sustentaron un desempeño mejor de lo esperado, indica el análisis.

“La inflación experimentó una revisión marginal a la baja desde el tercer trimestre hasta

el 4.0% para 2023. La rigidez del mercado laboral y las presiones de costos resultantes han sido un factor clave de la inflación en el país. Sin embargo, en el tercer trimestre, el crecimiento salarial se desaceleró al nivel más bajo desde 2021 y la participación de la fuerza laboral alcanzó un máximo pospandemia. Por tanto, la oferta y la demanda de mano de obra se están normalizando”, explica Euromonitor.

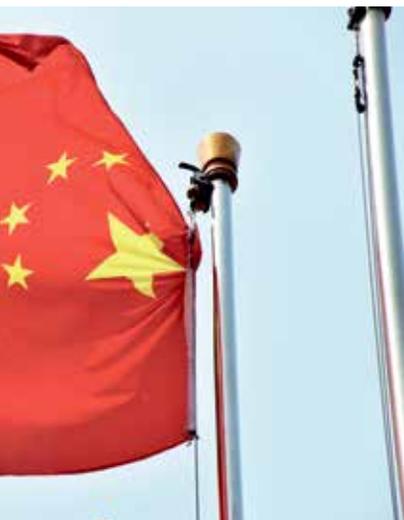
A su vez, se alerta con que los recortes en el suministro de petróleo de Arabia Saudita hicieron subir los precios de la gasolina en el tercer trimestre de 2023, lo que indica un posible escenario de aumento de los precios de las materias primas.

**En 2024, se espera que el crecimiento del PIB real caiga significativamente hasta el 0.8%. También se prevé que la inflación se contraiga al 2.6%.**

**Posibles escenarios**

De cara al futuro, se establece que Estados Unidos enfrenta una perspectiva económica notablemente más débil con un gasto de consumo más lento, un mercado laboral que se debilita gradualmente y un contexto económico global frágil. También se espera que los tipos de interés se mantengan altos durante más tiempo, lo que podría provocar una recesión en el transcurso de 2024.

Las tensiones geopolíticas también podrían



## En síntesis

Estados Unidos ha seguido sorprendiendo al alza en 2023 gracias a la resiliencia del gasto de los consumidores y la fortaleza del mercado laboral. Por el contrario, la eurozona se ha estancado, especialmente porque la débil demanda externa ha pesado sobre el sector manufacturero. Sin embargo, en 2024, se espera que la eurozona se recupere modestamente, mientras que Estados Unidos se desacelerará significativamente a medida que el impacto de la política monetaria restrictiva eventualmente debilite el mercado laboral y disminuya el gasto de los consumidores. China seguirá lidiando con su debilitado sector inmobiliario y se mantendrá por debajo de su potencial en 2024 en medio de una débil confianza empresarial y de los consumidores, con un crecimiento lento del 5% en 2023 al 4.7%.

**Asia Pacífico liderará el camino entre las economías en desarrollo resilientes**

La tendencia divergente entre las economías avanzadas y en desarrollo observada en 2023 se ampliará aún más en 2024, ya que se espera que el crecimiento en las economías avanzadas se desacelere al 1.1%, desde el 1.4% en 2023, mientras que el crecimiento en las economías en desarrollo se mantendrá estable en el 4.0% en 2024. La región de Asia Pacífico seguirá siendo la principal fuente de crecimiento global, impulsada en particular por el impulso acelerado en 2024 en Vietnam (6.0%), Filipinas (5.7%) e Indonesia (5.1%), además de India, la región de más rápido crecimiento, con una tasa esperada del 6.1% en 2024.

provocar un escenario de aumento de los precios de las materias primas en el que el crecimiento del PIB real alcance el 2.1% y la inflación alcance el 6.6% en 2024.

Otro escenario que impide las perspectivas económicas está relacionado con la fragmentación global. Aquí, la economía global se fragmenta progresivamente y las economías se dividen en múltiples bloques. El PIB real crecerá un 1.9% y la inflación alcanzará el 5.7% en 2024. Las empresas podrían enfrentar costos más altos y un acceso reducido a los mercados, mientras que los consumidores experimentarán precios más altos y opciones limitadas.

### China

La economía de China mostró recientemente señales de estabilización, luego de una serie de medidas gubernamentales incrementales. Pero la recuperación sigue siendo inferior a su potencial y el empeoramiento de las condiciones del mercado inmobiliario presenta importantes obstáculos, indica Euromonitor.

En 2024, se espera que el crecimiento económico de China se desacelere hasta el

4.7% desde el 5.0% en 2023. Se prevé que la inflación se mantendrá baja, en el 1.6%, en comparación con el 0.6% en 2023, que se debió a una deflación temporal en medio de la débil demanda de los consumidores el año pasado.

“Las dificultades en el sector inmobiliario son una de las mayores amenazas para las perspectivas del país. Los grandes promotores inmobiliarios privados corren el riesgo de incumplir los pagos a sus prestamistas, lo que exacerba las debilidades existentes en el sector. Un colapso del mercado inmobiliario sumado a la caída del valor de los activos podría provocar una ola de impagos, erosionar la confianza en el sistema financiero y provocar fuga de capitales y depreciación de la moneda”, indica el informe.

Por otro lado, China podría fomentar el crecimiento futuro gracias a su reciente compromiso de eliminar las barreras a la inversión en el sector manufacturero, liberalizar las actividades económicas y facilitar mejores vínculos internacionales.

### Eurozona

La eurozona siguió experimentando un desempeño débil en la segunda mitad del año pasado. El crecimiento del PIB real se revisó marginalmente desde el tercer trimestre hasta el 0.7% para 2023. Las

condiciones financieras más estrictas y la débil demanda externa han seguido pesando sobre la confianza de las empresas y los consumidores. En lo que respecta a la inflación, esta se mantuvo estable con una ligera revisión a la baja hasta el 5.6% para 2023. Las presiones persistentes sobre los precios siguen proviniendo principalmente de los sectores de alimentos y servicios. Se espera que la inflación se modere aún más en los próximos trimestres, pero a un ritmo más lento.

Los últimos datos sitúan el crecimiento del PIB real en el 1.0% para el bloque en 2024, y la inflación aparece cayendo significativamente al 2.8%.

Las perspectivas para la economía de la eurozona siguen siendo muy inciertas y frágiles. Las presiones inflacionarias están disminuyendo, pero las condiciones monetarias restrictivas prolongadas podrían tener un impacto mayor de lo previsto. Esto aumenta el riesgo de una recesión o incluso un crecimiento menor en 2024 que en 2023.

La eurozona también enfrenta perturbaciones derivadas de acontecimientos geopolíticos. Los efectos colaterales de las elevadas tensiones y los desafíos económicos más amplios tendrían ramificaciones considerables para el bloque. 🌐

La prolongada crisis inmobiliaria, la intensificación de las tensiones comerciales, la debilitada demanda mundial, el aumento de la deuda pública y el desempleo sin precedentes son los principales desafíos que obstaculizan el desempeño.

# Desinformación, amenazas ambientales y conflictos son las grandes amenazas según los expertos

El Informe de Riesgos Globales 2024, del Foro Económico Mundial, indica que la información errónea y la desinformación son los mayores riesgos a corto plazo, mientras que el clima extremo y el cambio drástico de los sistemas terrestres son la mayor preocupación a largo plazo. A su vez, dos tercios de los expertos globales prevén que en la próxima década se configurará un orden multipolar o fragmentado. Además, el informe advierte que la cooperación en problemas globales urgentes podría ser escasa, lo que requerirá nuevos enfoques y soluciones.

**E**n su Informe de Riesgos Globales 2024, basado en casi dos décadas de datos originales sobre la percepción de riesgos, el Foro Económico Mundial advierte que nos encontramos frente un panorama global de riesgos en el que el progreso del desarrollo humano se desvía lentamente, y los Estados y la población quedan, por lo tanto, en una posición vulnerable ante riesgos nuevos y ya conocidos. En un contexto de cambios sistémicos en la dinámica del poder global, el clima, la tecnología y la demografía, los riesgos globales están llevando al límite la capacidad de adaptación del mundo.

Estas son las conclusiones del Informe de Riesgos Globales 2024, publicado este mes, que sostiene que la cooperación en los problemas globales urgentes podría ser cada vez más escasa, lo que requerirá nuevos enfoques para hacer frente a los riesgos. Dos tercios de los expertos globales prevén que en la próxima década se configurará un orden multipolar o fragmentado, en el cual las potencias medianas y grandes se disputarán y establecerán nuevas reglas y normas.

El informe, elaborado en colaboración con Zurich Insurance Group y Marsh McLennan, se basa en las opiniones de más de 1.400 expertos en riesgos globales, políticos y líderes de la industria.

Los resultados destacan una perspectiva pre-

dominantemente negativa para el mundo a corto plazo que se espera que empeore a largo plazo. Si bien el 30% de los expertos globales esperan una alta probabilidad de catástrofes mundiales en los próximos dos años, casi dos tercios esperan que esto ocurra en los próximos 10 años.

“Un orden global inestable caracterizado por la polarización de las narrativas y la inseguridad, el empeoramiento de los impactos del clima extremo y la incertidumbre económica están acelerando la propagación de los riesgos, incluyendo la información errónea y la desinformación”, estableció Saadia Zahidi, Managing, director del Foro Económico Mundial. “Los líderes mundiales deben colaborar para abordar las crisis a corto plazo, así como para establecer las bases para un futuro más resiliente, sustentable e inclusivo”, añadió.

## **Aumento de la desinformación y los conflictos**

Las preocupaciones por una crisis persistente en el costo de vida, los riesgos interconectados de la información errónea y la desinformación motivados por la inteligencia artificial y la polarización social dominan el panorama de los riesgos para 2024. El vínculo entre la información falsa y el malestar social ocupará un lugar central en las elecciones que se celebrarán en varias economías importantes en los próximos dos

años. Además, los conflictos armados entre distintos estados son una de las cinco principales preocupaciones de los próximos dos años. “En un momento en el que existen varios conflictos bélicos en curso, las tensiones geopolíticas subyacentes y el riesgo de desgaste de la resiliencia social están propagando los conflictos”, establece el informe.

## **Incertidumbre económica y desarrollo en declive**

El reporte establece que los próximos años estarán marcados por la constante incertidumbre económica, y el crecimiento de las brechas económicas y tecnológicas. “La falta de oportunidades económicas ocupa el sexto lugar en los próximos dos años. A largo plazo, podrían surgir barreras relativas a la movilidad económica, lo que dejaría afuera de las oportunidades económicas a grandes sectores de la población. Los países propensos a conflictos o vulnerables en lo que respecta al clima pueden estar cada vez más desprovistos de inversiones y tecnologías, y la consiguiente creación de empleo vinculada a estas. En ausencia de medios de subsistencia para asegurar la vida, podría profundizarse la delincuencia, la militarización o la radicalización”, remarca.

## **Planeta en peligro**

El trabajo destaca que los riesgos ambientales siguen dominando el panorama de ries-



Fuente: World Economic Forum

gos en todos los marcos temporales. En ese sentido, dos tercios de los expertos globales temen que se produzcan eventos meteorológicos extremos en 2024. El clima extremo, el cambio drástico de los sistemas terrestres, la pérdida de la biodiversidad y el colapso de los ecosistemas, la escasez de recursos naturales y la contaminación representan cinco de los 10 riesgos más graves que se perciben para la próxima década. Sin embargo, los expertos encuestados estuvieron en desacuerdo en la urgencia de los riesgos planteados. Así, los consultados del sector privado creen que la mayoría de los riesgos ambientales se materializarán durante un plazo más largo de lo que cree la sociedad civil o los gobiernos, lo que apunta al riesgo creciente de alcanzar un punto de no retorno.

### Cómo responder a los riesgos

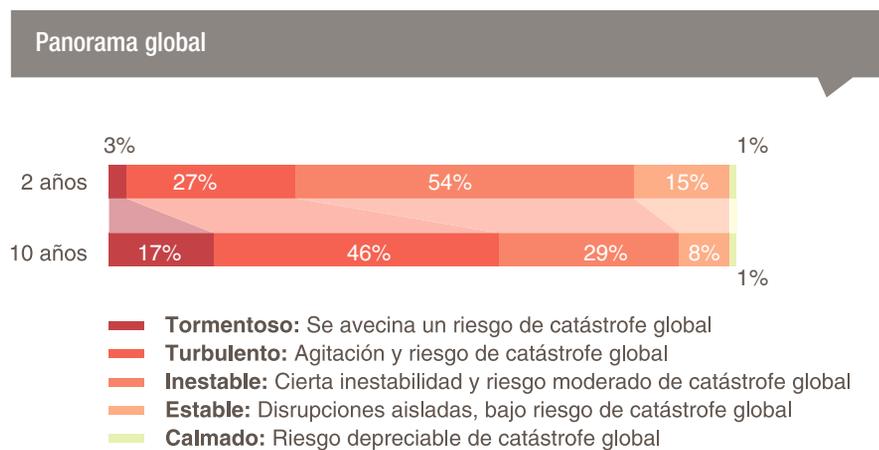
El informe convoca a los líderes a repensar las medidas para abordar los riesgos globales. Además, recomienda centrar la cooperación global en la creación rápida de defensas para los riesgos emergentes más perjudiciales, como acuerdos que aborden la integración de la inteligencia artificial en la toma de decisiones vinculadas a conflictos. El informe también explora otros tipos de

acciones que no dependan exclusivamente de la cooperación entre estados: como fortalecer la resiliencia individual y estatal a través de campañas de alfabetización digital sobre información errónea y desinformación, o fomentar una mayor investigación y desarrollo sobre la previsión climática y las tecnologías con el potencial de acelerar la transición energética, con la participación

de sectores públicos y privados.

Carolina Klint, directora comercial de Marsh McLennan, Europa, señaló: “Los avances de la inteligencia artificial afectarán radicalmente las perspectivas de riesgos de las organizaciones, por lo que muchos tendrán problemas para reaccionar ante amenazas derivadas de la información errónea, la desintermediación y el cálculo estratégico erróneo. Al mismo tiempo, las empresas tendrán que negociar cadenas de suministro cada vez más complejas debido a la geopolítica y el cambio climático, así como por las amenazas cibernéticas crecientes. Se necesitará un enfoque tenaz para desarrollar resiliencia a nivel organizacional, nacional e internacional, y una mayor cooperación entre los sectores público y privado, para hacer frente a este panorama de riesgos en rápida evolución”.

John Scott, head of Sustainability Risk de Zurich Insurance Group, señaló: “El mundo está experimentando transformaciones estructurales significativas con la inteligencia artificial, el cambio climático, los cambios geopolíticos y las transiciones demográficas. Los riesgos conocidos se están intensificando y están surgiendo otros nuevos, aunque también brindan oportunidades. Las acciones colectivas y coordinadas entre países desempeñan su papel, pero las estrategias locales son fundamentales para disminuir el impacto de los riesgos globales. Las acciones individuales de los ciudadanos, las empresas y los países pueden impulsar la reducción del riesgo global, y contribuir a un mundo más seguro y próspero”.



Fuente: World Economic Forum

# Las nuevas tendencias de los viajes al exterior

Agencias de viaje y aerolíneas contaron a **Empresas & Negocios** los lugares más elegidos por los uruguayos en esta temporada de verano y recomendaron destinos originales para aquellos que están planeando un viaje para este 2024.

● Escribe: Naara Pérez Carrere  
@NaaraPérez3

Aunque todo el año es una buena ocasión para viajar, el clima agradable y distendido del verano, la ausencia de responsabilidades estudiantiles y el atractivo de playas vecinas hacen que la temporada estival sea un momento de importante movimiento para el turismo emisor uruguayo. En conversación con **Empresas & Negocios**, actores de este sector, que se ha recuperado con éxito luego de la caída generada por la pandemia, contaron detalles sobre las tendencias de viaje de los uruguayos y su comportamiento a la hora de planear sus vacaciones. En 2023, 1.203.708 uruguayos viajaron al exterior, un 43.8% más que en 2022. “Refleja el estado económico que tiene el país”, opinó el subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, sobre el dinamismo del rubro.

## La visión de las agencias

El mundo y la actual globalización abren un enorme abanico de posibilidades a la hora de viajar al exterior. Pero ya sea por cercanía, precios, clima, recomendaciones o incluso costumbre hay ciertos destinos que se mantienen en el top de los uruguayos año a año en la temporada de verano. Según contó Andrés Gil, CEO de Toc Toc Viajes, Río de Janeiro, Recife, Salvador, Natal y Florianópolis son los destinos aéreos que más eligen los uruguayos durante la temporada de verano. Luego, el Caribe, Cancún y todo lo que es Riviera Maya y Punta Cana completan el podio. Asimismo, Alejandra de la Cuadra, jefa de Producto de Hiperviajes, destacó la venta de paquetes a Porto de Galinhas, Maragogi, Bahía, Río de Janeiro, Buzios y Florianópolis, así como también el Caribe. Otra tendencia que se instaura, impulsada por tarifas muy

atractivas, son los cruceros con embarque en Uruguay que recorren las playas más conocidas de Brasil.

“Los uruguayos entran en una dinámica de búsqueda de playa y calor, y encuentran en estos destinos opciones que les dan un par de cosas que Uruguay no les brinda, o que les da diferente: por un lado, el tema de la calidad de clima, y por otro, la competitividad. Con respecto a esto último, cuando la temporada de Uruguay es relativamente buena en términos de turistas, los precios de los alquileres se inflan y llegan a niveles en los cuales para un uruguayo es más conveniente quizás viajar a un destino de playa y al mismo tiempo ganarse la garantía del clima”, explicó Gil.

En cuanto a las tendencias relacionadas con la agenda y planificación de los viajes, ambos entrevistados coincidieron en que el tiempo de antelación de las reservas volvió a extenderse y normalizarse. En cierto punto, luego de la pandemia, este tiempo se había vuelto más escaso a raíz de la incertidumbre sobre la situación sanitaria global.

En este sentido, desde Hiperviajes señalaron que el flujo de consultas y compras es mayor que en años anteriores, y que ya desde diciembre el sector cuenta con un importante dinamismo. En tanto, desde Toc Toc Viajes coinciden con que se ha vuelto a guarismos prepandemia, que históricamente eran muy altos. Esto también se ve reflejado en precios normalizados, y en un importante caudal de promociones. “El aumento de oferta ha hecho que los precios de los pasajes tiendan a bajar y a nivelarse a los precios prepandemia, lo que es una buena noticia para los clientes y también para nosotros, porque alimenta la industria”, concluyó Gil.

## Las aerolíneas: otros protagonistas del sector

La apuesta de nuevas aerolíneas al país da cuenta de la relevancia del sector. Recientemente, Jaime Fernández, gerente de Ventas de Sky, decía a **Empresas & Negocios** que el

desembarco de la empresa en Uruguay responde a querer estar presentes en un mercado que requería de mayor conectividad. “Uno de los aspectos más destacados de Uruguay es su ubicación estratégica y su enorme potencial de conectividad”, detalló.

Desde el 2 de enero, la aerolínea volvió a operar oficialmente en Uruguay, conectando Montevideo, en vuelos directos, con Santiago de Chile, Salvador de Bahía, Lima y Florianópolis.

En este escenario, desde la aerolínea contaron que han visto un desempeño muy bueno en los vuelos de Montevideo a Salvador de Bahía y Florianópolis en los meses de enero y febrero.

En tanto, JetSmart realizó su primer vuelo desde el Aeropuerto Internacional de Carrasco hacia Santiago de Chile en enero de 2022 y en el verano de 2023 sumó sus viajes hacia Brasil, siendo la primera low cost en establecer vuelos regulares, durante todo el año, desde el Aeropuerto Internacional de Carrasco hacia Río de Janeiro. En este tiempo, la aerolínea transportó más de 152.000 pasajeros desde y hacia Uruguay, para estas dos rutas internacionales.

“Desde que iniciamos operaciones en Uruguay vemos que los uruguayos adoptan cada vez más la propuesta de viajar en aviones nuevos, a precios accesibles, pagando sólo por aquello que iban a usar”, señaló Darío Ratinoff, gerente comercial para Argentina y Uruguay de la empresa.

Al ser consultado por la actualidad de la conectividad aérea en el país, el subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, recordó que actualmente en Uruguay hay 12 aerolíneas, que viajan a 16 destinos diferentes, y adelantó que hay interés de aerolíneas extranjeras, que ya están volando, para volar con bandera uruguaya. Además, el jerarca reconoció que ha mantenido conversaciones con aerolíneas de diferentes países interesados en Uruguay.

Desde Toc Toc Viajes aseguraron que la conectividad ya se encuentra a niveles prepandemia pero hay una mezcla diferente de hacia dónde están posicionados esos asientos y cuáles son las aerolíneas. En resumen, hubo una reconfiguración de la repartición de plazas.

“Para mí estamos en nuestro mejor momento”, resumió De la Cuadra, de Hiperviajes, sobre la conectividad, quien también precisó que los destinos a los que se llega con un vuelo directo son muchas veces los preferidos.

#### **El boom a Argentina en el 2023 y la incertidumbre de cara al 2024**

El crecimiento de los viajes de los uruguayos al exterior tuvo mucho que ver con la brecha cambiaria con Argentina. “Tienen una base reconocida y notoria que es el tipo de cambio y el proceso inflacionario de Argentina. Esto ha permitido que el país que tiene, en dólares y hablando de sueldos, el ingreso más alto de la región sea un lugar apetecible para buscar clientes turísticos”, dijo por su parte Monzeglio sobre el aumento del turismo emisor.

En este escenario, no solo Buenos Aires se volvió un destino apetecible de fin de semana, sino que, según aseguró Gil,

regiones del sur y del norte y lugares como Jujuy, Salta, Ushuaia y Calafate se popularizaron.

De cara al siguiente año, y según lo que suceda con la economía argentina, habrá que ver si esta tendencia se mantiene.

“Venimos de un año en el que Argentina fue una explosión, no tenemos muy claro todavía cuál va a ser el panorama para 2024, y tampoco sabemos qué es lo que va a suceder con Aerolíneas Argentinas, en el escenario del nuevo gobierno. Hubo un boom el año pasado, pero no sabemos si se va a mantener o no”, profundizó Gil, de Toc Toc Viajes.

#### **El rol de las redes sociales: el nuevo promotor de viajes**

Con más de 60.000 seguidores cada uno en sus cuentas de Instagram, desde Hiperviajes y Toc Toc Viajes destacan el papel que tienen actualmente las redes sociales en la promoción de viajes.

“Lo que ponemos en las redes sociales inmediatamente repercute en el interés del cliente. Todo es inmediato y fácil de medir”, detalló la jefa de Producto de Hiperviajes. En esta materia, reveló, el trabajo con influencers y el material visual son fundamentales.

Al respecto, el CEO de Toc Toc Viajes recordó que décadas atrás existía la figura del promotor de viajes, que era la per-



sona que hacía un viaje, volvía y traía diapositivas, fotos, folletos y juntaba gente para contarles del destino y promovía la actividad de viajes. Hoy las redes sociales, reflexionó, son exactamente eso elevado a la enésima potencia: un alimentador de la necesidad de la gente para viajar.

“A nivel de las redes sociales el único objeto de lujo que está socialmente aceptado ser exhibido son los viajes. Alguien se compra un auto nuevo, no lo postea, se muda y no se le ocurre publicarlo, pero un viaje sí”, analizó.

# Destinos emergentes para este 2024

Otra característica que destacaron los entrevistados es que esta expansión y dinamismo del sector hace que los viajeros conozcan cada vez con más facilidad distintos destinos. Esto exige a las agencias estar siempre en la búsqueda de nuevas posibilidades y lugares en tendencia. Por eso, en base a sus recomendaciones, te traemos una lista de cinco destinos originales si estás planeando un viaje para este 2024.



## Islas Baleares

Este archipiélago, ubicado frente a la costa este de España, en el Mediterráneo, está compuesto por Mallorca, Menorca, Cabrera y algunos islotes cercanos como Dragonera, Conejera, la isla del Aire o la isla de Colom -de propiedad privada- e Ibiza y Formentera, junto a los islotes que las rodean, como Espalmador -de propiedad privada- y Espardell. Para el público uruguayo esta región, conocida principalmente por sus espectaculares playas, además de las montañas de la sierra de Tramontana en el norte y una interesante arquitectura, se posiciona como una alternativa a las playas del Caribe debido a afectaciones por el sargazo, un alga presente en las costas de la Riviera Maya que cada vez aparece con más frecuencia debido al cambio climático y a las variaciones meteorológicas y oceanográficas.

## Albania

Actualmente Albania se está posicionando como una opción más económica y menos *mainstream* de experimentar la cultura y los paisajes característicos de la zona mediterránea. Pero, además, con una visión privilegiada de los Balcanes, su historia, enclaves arqueológicos, playas y buena gastronomía. Uno de sus atractivos principales son también sus lugares declarados Patrimonio de la Humanidad: La ciudad museo de Gjirokastra, Berat, la isopolifonía popular albanesa -Patrimonio inmaterial de Unesco- o el Parque Nacional de Butrint, entre las ruinas griegas, romanas y medievales. Además, los Alpes albaneses cruzan su interior y el país cuenta con varios castillos y sitios arqueológicos.



**Atacama**

A raíz de las nuevas conexiones aéreas que tiene Uruguay, el desierto de Atacama se posiciona como una atractiva opción para los turistas uruguayos. Este destino desértico se extiende por las regiones naturales del Norte Grande y el Norte Chico de Chile, abarcando las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama y el norte de la región de Coquimbo.

.....



**Tailandia**

Este país del sudeste asiático se posiciona como un destino atractivo por sus playas tropicales, opulentos palacios reales, ruinas y templos adornados con la figura de Buda como protagonista. En su capital, Bangkok, prima un estilo ultramoderno que se entremezcla con tranquilas comunidades a orillas de los canales y los icónicos templos de Wat Arun, Wat Pho y el Templo del Buda de Esmeralda.

.....

**Islas Fernando de Noronha**

Dentro de Brasil, un destino diferente y que ha cobrado popularidad en el último tiempo es este archipiélago volcánico, ubicado en la costa noreste. Playas rústicas y la posibilidad de realizar buceo y esnórquel en sus aguas claras y cálidas son algunos de sus atractivos.

.....



MIDLAND HOTEL & RESORT ALL INCLUSIVE

# Una propuesta premium y full service en el centro del país

Ubicado a orillas del Río Negro, en Paso de los Toros, se erige Midland Hotel & Resort All Inclusive, que ofrece una propuesta de alojamiento diferente por su paisaje y entorno, confort, gastronomía, espacios de relax y entretenimiento. De capitales nacionales, la inversión inicial fue de US\$ 14.000.000. El hotel posee 100 habitaciones totalmente equipadas con tecnología de última generación y distintos amenities adaptados tanto para un público corporativo y de negocios como para familias que buscan vacacionar en un entorno natural.

**M**idland Hotel & Resort *All Inclusive*, de capitales ciento por ciento locales, fue pensado y diseñado para transformarse en un resort vacacional con servicio *all inclusive*, y que además, próximamente va a tener perfil náutico.

Por eso, a la hora de seleccionar el terreno para su desarrollo se optó por un predio de 18 hectáreas sobre el Río Negro, en un lugar mágico y con atardeceres “de postal”.

El hotel tuvo una primera etapa donde se ajustó en su configuración y servicio para dar respuesta a la demanda de hospedaje de calidad que surgió con la instalación de la planta de UPM.

Incluso hoy en día recibe ejecutivos y empresarios vinculados a la operación de la planta, así como a empresas del rubro agropecuario y del interior.

Todo esto es complementario con la actividad vacacional *all inclusive*, empresarial, de eventos y social que ha generado el resort en este tiempo.

La inversión inicial fue de US\$ 14.000.000 y las obras se llevaron a cabo en plena pandemia, con todas las dificultades que eso implicó.

Se utilizó un sistema constructivo modular que fue innovador en el país. Stiler fue la empresa constructora que llevó a cabo las obras, siendo este el primer hotel en hacerse con



Pablo Pesce.

esta tecnología en Uruguay. Eso permitió hacer la obra en un plazo récord de 12 meses, lo que en construcción tradicional llevaría entre dos y tres años; siempre poniendo especial cuidado en la calidad y el diseño.

El hotel se inauguró con 100 habitaciones totalmente equipadas con tecnología de última generación y distintos amenities adaptados para un público corporativo, como salas de reuniones polifuncionales, además

**La inversión inicial fue de US\$ 14.000.000 y las obras se llevaron a cabo en plena pandemia, con todas las dificultades que eso implicó.**

**SAMSUNG**

# Galaxy S24 Series 5G

Galaxy AI ✨ ya llegó

**Lanzamiento con beneficios**

Del 17/01 al 6/02



[shop.samsung.com/uy](https://shop.samsung.com/uy)

Es necesario iniciar sesión en la cuenta Samsung para determinadas funciones de IA.

“Debemos estandarizar procedimientos, procesos, entrenar el servicio, porque es lo mismo si es un hotel en Montevideo, Hawái o Paso de los Toros. Pero tenemos que trabajar eso sin perder la calidez del personal, que es lo que quienes nos visitan nombran todo el tiempo”, expresó Pablo Pesce.



Nohel González.

de piscinas climatizadas, sauna, restaurante, gimnasio y pub. Esa fue la primera etapa de la planificación que se hizo para el resort, que en ese momento gozaba de una ocupación promedio del 95%.

“Claramente el proyecto de este negocio, que estaba muy estudiado por parte de los inversores, preveía un volumen de ocupación importante por parte de UPM, que se sabía que se iba a mantener estable durante un periodo determinado, y que fue hasta

el último trimestre del año pasado. A partir de entonces la demanda empezó a bajar paulatinamente. Con mucha anticipación el grupo inversor implementó la reconversión tal como fue planificado, que se realizó en el último semestre del 2023, y que permitió iniciar las actividades como resort vacacional *all inclusive*”, explicó a **Empresas & Negocios** Pablo Pesce, asesor del directorio de Midland.

El ejecutivo destacó que para esta segunda etapa los propietarios invirtieron más de US\$ 2.000.000 para transformar el producto inicial de alojamiento y desayuno para quienes estaban vinculados a la planta, a un producto diferente premium y con servicio *all inclusive*.

Para la segunda etapa se construyó un polideportivo de última generación, dos canchas de paddle vidriadas e iluminadas, una cancha de fútbol 7 y dos de fútbol 5 con césped artificial, una cancha de beach volley y otra multiuso, y una cantina con vestuarios y todos los servicios.

También se suma un complejo de piscinas exteriores temperadas con toboganes tipo parque acuático y dos jacuzzis, área que prioriza la vista al río. Todo esto abastecido por una cantina que le da servicio a esa zona del hotel. A su vez, se construyó un salón de usos múltiples de 400 metros cuadrados para la realización de todo tipo de eventos.

El edificio central del hotel se levanta en dos plantas, con 100 habitaciones con vistas al río y al parque, de las cuales 84 son de categoría superior, varias de ellas conectadas entre sí pensadas para recibir familias. El resto son de categoría suite, con un living diseñado para sumar dos camas adicionales. La zona de las piscinas exteriores está a 150 metros de la orilla del Río Negro, lugar donde se va a desarrollar la tercera etapa proyectada para el hotel, que se va a centrar en generar actividades náuticas, deportivas, y de pesca, además de seis cabañas flotantes sobre el río.

“En el predio hay un monte nativo que ofrece posibilidades muy interesantes. Está planificada la construcción de cabañas y domos para glamping con todos los servicios *all inclusive* para personas que quieran tener mayor contacto con la naturaleza. Estamos hablando de un hotel de nivel *premium full service*, que ofrece una experiencia completamente diferente, con atardeceres únicos a solo tres horas de Montevideo”, indicó No-

## Gestionar con el cliente como centro

A la hora de la gestión del resort, según González, el foco está centrado en tres elementos fundamentales a través de los cuales se busca la experiencia ideal para el huésped.

Estos son, el confort con un alojamiento de categoría en un lugar mágico, una gastronomía de excelencia que caracteriza al hotel, y un equipo de recreación profesional e incansable.

“Esos son aspectos fundamentales para brindar una experiencia única en este tipo de alojamiento”, remarcó.

En opinión de Pesce, y con la experiencia acumulada a lo largo de los años con su trabajo en todos los perfiles de alojamientos, la realidad es que cada hotel, destino o polo turístico busca ofrecer lo que lo caracterice y diferencie. “Al final del día siempre volvés a la base, y la base es dar un servicio extraordinario que genere una experiencia memorable en el huésped, y que eso haga que quiera regresar. Sobre eso es lo que hay que trabajar, que en nuestro caso es tener una infraestructura de enorme calidad con un diseño muy lindo, un equipo que trabaja muy bien, con una oferta alternativa que no hay en el país. Pretendemos que el público que venga, ya sea vacacional o de congreso de negocios, digan ‘este es un hotel al que hay que volver porque la experiencia fue fenomenal’.

Parte de esa experiencia tiene que ver con la ubicación. El hotel amanece mirando un panorama del Río Negro espectacular, que a lo largo del día va cambiando de colores. A eso se le suma el repiqueteo de los pájaros, la vegetación y atardeceres que son un sueño. Entonces, básicamente, es intentar generar una experiencia memorable”, destacó.

hel González, gerente comercial de Midland Hotel & Resort.

El ejecutivo remarcó que, aparte de montar toda la infraestructura antes mencionada, hubo que reforzar todos los equipos de personal en todas las áreas del servicio.

En particular, se creó un equipo de recreación muy fuerte, con animadores que organizan actividades para todas las edades, todo el día.

El hotel ofrece servicio *all inclusive* todos los días, por lo que, en días de semana, de domingo a jueves, conviven huéspedes vacacionales con ejecutivos.

“Aunque la incorporación del régimen *all inclusive* es muy reciente, ya logramos un nivel de servicio muy bueno que está siendo validado por nuestros huéspedes. Eso es posible porque tenemos un equipo gerencial con mucha experiencia en el negocio de la hospitalidad, y que asumieron el desafío permanente de generar los mejores equipos

en cada área. Venimos bien, pero lejos de conformarnos redoblamos nuestro compromiso y esfuerzo por la búsqueda de la excelencia. Hoy los niveles de ocupación son muy satisfactorios, y alineados con nuestras proyecciones, máxime si tomamos en cuenta que salimos a la cancha del turismo vacacional hace muy poco”, añadió González. Pesce tiene claro que el hotel aparece como un actor nuevo en el corazón del Uruguay. “Claramente apostamos al sector agro, forestal, forrajero, arrocero y todos los representantes de este tipo de empresas. Hay un público adicional con el que queremos trabajar mucho, que está relacionado con eventos y actividades similares, porque el hotel tiene toda la infraestructura para llevar adelante dinámicas de *team building*. Estamos convencidos de que hay un importante nicho de mercado ahí y que no hay nadie que, por lo menos en este lugar del país, esté dando estas opciones”, subrayó el ejecutivo.

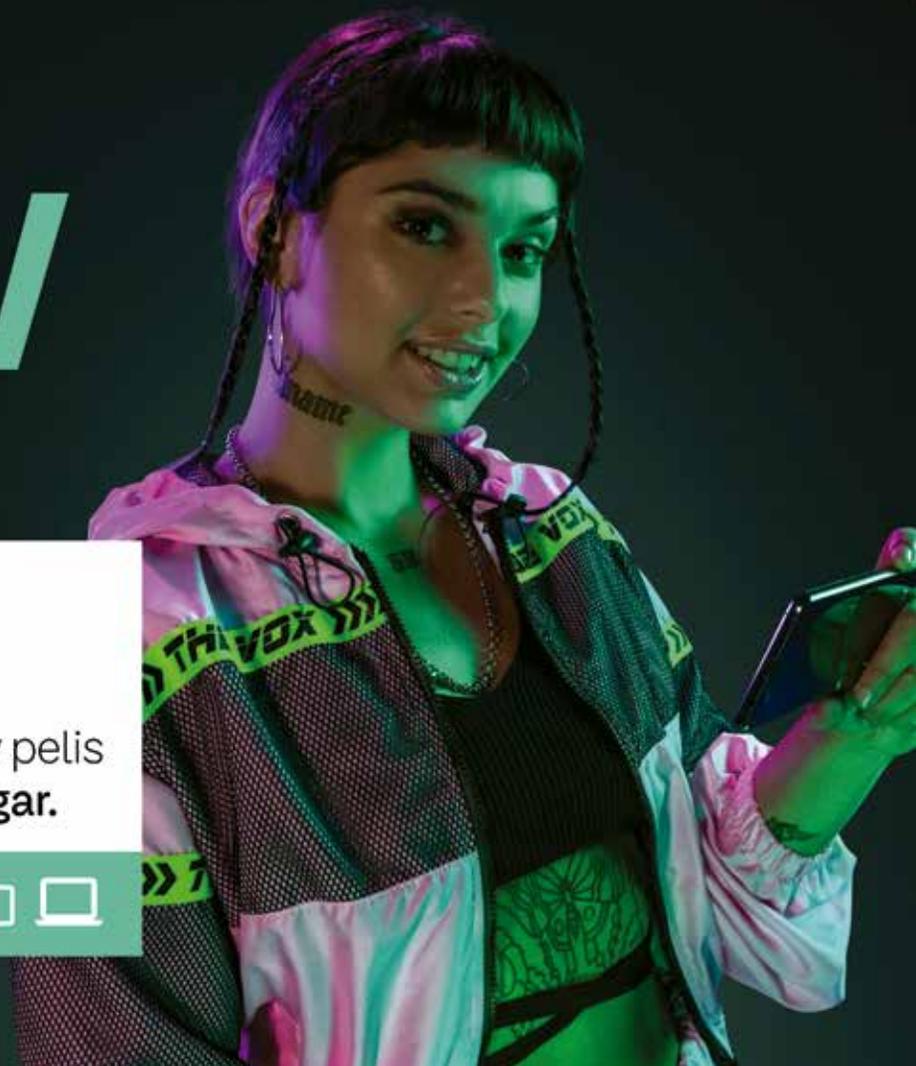
A la hora de la gestión del resort, según Nohel González, el foco está centrado en tres elementos fundamentales a través de los cuales se busca la experiencia ideal para el huésped: confort con un alojamiento de categoría en un lugar mágico, una gastronomía de excelencia que caracteriza al hotel, y un equipo de recreación profesional e incansable.

# flow

**\$499** por mes.

Mirá **canales en vivo**, series y pelis en cualquier **dispositivo y lugar**.

DESCARGÁ LA APP



## Un nuevo desafío

En los últimos meses -y luego de haber liderado los equipos de los principales hoteles de Montevideo-, Pablo Pesce se tomó unos meses para reformular su futuro y los pasos a dar este 2024. “Venía de años donde había tenido muchos desafíos, incluida la pandemia y todo lo que sucedió después. En setiembre de 2023 tuve la opción de irme de Uruguay con dos multinacionales, pero mi intención y la de mi familia era por el momento apostar a quedarnos acá. Fue en ese momento en que se acercaron dos de los socios del hotel Midland y me ofrecieron entrar a trabajar con ellos como asesor externo del directorio, poniendo énfasis en el relanzamiento del hotel”, contó el ejecutivo.

La idea es que Pesce ponga foco en el rebranding, en el reposicionamiento del hotel en el mercado, en la búsqueda de nichos de negocios y el posicionamiento institucional. “Estoy muy entusiasmado, me encanta trabajar en este proyecto representando a un hotel de este calibre. Me gustan los desafíos, y este es un producto nuevo con un modelo de negocios diferente. Me encanta trabajar para este hotel con la gente involucrada en el día a día, y no me refiero solo a los socios, sino a todo el equipo gerencial. Y en lo personal, este es, quizá, el papel que quiero empezar a tener de aquí para adelante, es decir, desempeñarme en este rol de asesor o de director ejecutivo”, reflexionó.

## Con preferencia por el sector comercial

Nohe! González, gerente comercial de Midland Hotel & Resort, es venezolano y lleva nueve años en el país, siempre desempeñándose en el rubro hotelero, aunque en distintas posiciones. “En Midland estuve desde antes de la apertura a cargo de la parte operativa del hotel. Luego de dos años, el hotel siguió avanzando y yo hice un paréntesis de unos meses fuera”, relató.

Habiendo trabajado previamente en Colonia West Hotel All Inclusive y luego de esa primera etapa en el hotel Midland, trabajó en Carmelo Resort & Spa durante una temporada al frente del departamento de Alimentos y Bebidas.

“En determinado momento me di cuenta que lo mío es la parte comercial y con los desafíos que se le venían a Midland me volví a reintegrar en la posición actual, como gerente comercial”, detalló.

### El desafío del recurso humano

Uno de los retos que este tipo de emprendimiento tiene, más que nada por su ubicación, es encontrar el recurso humano adecuado y preparado.

Según González, en ese sentido desde el principio se realizaron capacitaciones entre el personal de todas las etapas del proceso, es decir, desde la reserva hasta el *check out*. Si bien el resort cuenta con personal de Montevideo, la mayoría es de la zona, con la importancia que esto tiene como fuente laboral para Paso de los Toros. Hoy en el hotel

trabajan en forma estable entre 45 y 55 personas, llegando a más de 85 colaboradores, variando según la actividad del resort.

Cabe destacar que para las actividades de recreación se trajo profesionales de Argentina y Brasil, con mucha experiencia, que a la vez están formando y capacitando al resto del equipo.

Brasil es un mercado al que el hotel está apuntando y haciendo acciones comerciales y de promoción.

“Sabemos que estamos en tránsito hacia Montevideo y para una persona de Brasil hacer 400

kilómetros no es nada”, reseñó González.

Algo que el ejecutivo valora es la ubicación del resort porque, si bien recién se lanzó el régimen *all inclusive* en agosto pasado, las estadísticas marcan que el hotel recibe huéspedes de todos los departamentos, con predominancia de visitantes de Montevideo. “En muy poco tiempo, hemos cubierto todo el país, siendo un producto y una experiencia de interés para todos”, agregó.

Pesce, por su parte, destacó el desafío que representa capacitar al personal del hotel y trabajar en temas de liderazgo. “Quien va a un hotel como este valora mucho la frescura y la calidez de la gente del interior cuando te atiende. Debemos estandarizar procedimientos, procesos, entrenar el servicio, porque es lo mismo si es un hotel en Montevideo, Hawái o Paso de los Toros. Pero tenemos que trabajar eso sin perder la calidez del personal, que es lo que quienes nos visitan nombran todo el tiempo”, repasó.

### De cara al futuro

Las proyecciones para 2024 son optimistas. “A finales del año pasado, junto al comité gerencial del hotel nos sentamos a trabajar en el presupuesto para este año. Nos enfrentamos al desafío de que no tenemos historia, con un modelo de negocios que cambió, y con objetivos ambiciosos a lograr en el corto plazo. Ahora tenemos que abrir el abanico y trabajar con diferentes nichos de mercado y canales de venta. Pero el entorno tampoco tiene historia, porque para nosotros los que podrían ser hoteles de referencia están en otros lugares del país. Sin embargo, entendemos que este hotel, con el nivel de producto que tiene y con muy poca comunicación previa, ha tenido hasta ahora una demanda muy interesante y repetitiva de los huéspedes. Poniendo foco en las acciones que estamos tomando confiamos en posicionarnos rápidamente y alcanzar las metas que nos propusimos a corto, mediano y largo plazo”, explicó Pesce.

A su turno, González destacó que el hotel recién ahora comienza a estar en el mapa online, porque antes no era necesario teniendo en cuenta que trabajaba a capacidad casi colmada.

“Desde agosto del año pasado fuimos abriendo cada uno de los canales y agentes de viajes como Booking y Expedia, etc... y tuvimos presencia en ferias de turismo nacionales e internacionales, y en ese camino vamos a seguir, teniendo presencia”, reveló. 📍

# ENJOY LIVE

UN CICLO DE ESPECTÁCULOS CON ARTISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES.

**JORGE DREXLER**  
1º DE FEBRERO



**DIEGO TORRES**  
3 DE FEBRERO



**MARCELA MORELO**  
9 DE FEBRERO



**GRAN GALA DE BALLET**  
(Las estrellas del Colón)  
10 DE FEBRERO



**RUBEN RADA**  
11 DE FEBRERO



f ENJOYPUNTA x ENJOYPDE i ENJOYPUNTADELESTE

WWW.ENJOYPUNTADELESTE.UY



Entradas a la  
venta en



CON LA SERIE SAMSUNG GALAXY S24 5G

# La nueva era de la inteligencia artificial móvil

Con foco en la comunicación sin barreras y la creatividad, Samsung presentó recientemente el Galaxy S24 Ultra 5G, Galaxy S24+ 5G y Galaxy S24 5G.



La serie Galaxy S lidera el camino hacia una nueva era que cambiará para siempre la forma en que los dispositivos móviles empoderan a los usuarios. Y es que la inteligencia artificial amplifica casi todas las experiencias en la serie Galaxy S24 5G, desde facilitar la comunicación sin barreras con traducciones inteligentes de texto y llamadas, hasta maximizar la libertad creativa con el Motor ProVisual, de Galaxy, estableciendo un nuevo estándar para la búsqueda.

En resumen, Galaxy AI introduce inteligencia significativa destinada a mejorar cada parte de la vida, especialmente el papel más fundamental del teléfono: la comunicación. Por esto cuenta con traducción simultánea, con traducciones de voz y texto en tiempo real de llamadas telefónicas dentro de la aplicación nativa. A su vez, las conversaciones en vivo se pueden traducir instantáneamente en una vista de pantalla dividida para que las personas que están frente a frente puedan leer una transcripción de lo que la otra persona ha dicho, función que se puede

utilizar incluso sin datos celulares o Wi-Fi. Otra herramienta es el asistente de escritura, que puede ayudar a perfeccionar los tonos de las conversaciones para garantizar que la comunicación suene como se pretendía.

**Galaxy AI introduce inteligencia significativa destinada a mejorar cada parte de la vida, especialmente el papel más fundamental del teléfono: la comunicación.**

La inteligencia artificial incorporada en el teclado Samsung también puede traducir mensajes en tiempo real en 13 idiomas. Los dispositivos también cuentan con asistente de notas integrado a Samsung Notes, que presenta resúmenes generados por inteligencia artificial y crea portadas para que las

notas sean fáciles de identificar, asistente de transcripción, que utiliza inteligencia artificial y tecnología de texto a voz para transcribir, resumir y traducir grabaciones, incluso cuando hay múltiples hablantes.

Por otra parte, en lo que respecta a la creatividad, el Motor ProVisual de la serie Galaxy S24 5G es un conjunto completo de herramientas impulsadas por inteligencia artificial que transforman las capacidades de captura de imágenes y maximizan la libertad creativa en cada paso, desde la configuración de una toma hasta su publicación en redes sociales. Por ejemplo, el sistema Quad Tele del Galaxy S24 Ultra 5G tiene un nuevo lente zoom óptico de 5x y trabaja con el sensor de 50MP para habilitar un rendimiento de calidad óptica en niveles de zoom desde 2x, 3x, 5x a 10x gracias al sensor de píxeles adaptativo.

A su vez tiene Nightography con capacidades mejoradas. Las fotos y videos tomados con el Space Zoom del Galaxy S24 5G son brillantes en cualquier condición, incluso cuando se hace zoom.

Galaxy AI utiliza también inteligencia artificial para sugerir ajustes perfectamente adecuados para cada foto y se puede rellenar partes del fondo de una imagen con inteligencia artificial generativa. Cuando una imagen está torcida, la AI llenará los bordes; cuando un objeto necesita ser ligeramente movido, la AI permite a los usuarios ajustar la posición del sujeto y genera un fondo perfectamente mezclado en su lugar original. Asimismo, el super HDR revela previsualizaciones realistas antes de que se presione el obturador.



Para jugar, grabar y editar videos de alta intensidad, saltar entre cinco aplicaciones para planificar un viaje, Galaxy S24 5G proporciona una experiencia increíble gracias a las mejoras en su conjunto de chips, pantalla y más.

#### Estética

La serie Galaxy S24 5G se presenta en tonos de colores inspirados en minerales terrestres. En el Galaxy S24 Ultra 5G, los colores incluyen: gris titanio, negro titanio, violeta titanio y amarillo titanio. En el Galaxy S24+ 5G y el Galaxy S24 5G, los colores incluyen: negro ónix, gris mármol, violeta cobalto y amarillo ámbar.

#### Lanzamiento con beneficios

Del 17 de enero al 6 de febrero, Samsung ofrece la oportunidad de comprar los nuevos smartphones con beneficios exclusivos: Plan Recambio: Entregá tu antiguo Smartphone y se te descontarán US\$ 200 en la compra de tu nuevo Samsung Galaxy S24 5G | S24+ 5G | Ultra 5G.

E-voucher de regalo, canjeable en Samsung Members. Aplica exclusivamente para un Silicone Cover correspondiente al modelo de smartphone adquirido.

Adicional: 10% Off con Tarjeta Santander y 15% off con Tarjeta Santander Select.

A su vez, los usuarios pueden elegir:

Doble Memoria - Por el precio del Galaxy S24 5G de 128GB, los usuarios recibirán la versión de 256GB; por el precio de los Galaxy S24+ 5G y Galaxy S24 Ultra 5G de 256GB, recibirán la versión de 512GB de almacenamiento.

Cupones adicionales - Para quienes elijan el Galaxy S24 5G de 128GB, Galaxy S24+ 5G y Galaxy S24 Ultra 5G de 256GB, recibirán un cupón de descuento para usar en la compra de productos seleccionados dentro de la Tienda web oficial de Samsung.

Los cupones son los siguientes:

**GALAXY S24 5G: 128 GB + CUPÓN DE US\$ 100.**

**GALAXY S24 PLUS 5G: 256 GB + CUPÓN DE US\$ 150**

**GALAXY S24 ULTRA 5G: 256 GB + CUPÓN DE US\$200**

# El sabor único de Licor 43 en Uruguay

Con la bebida alcohólica de origen español como protagonista se realizó un evento exclusivo en Blend, la terraza de Enjoy, para presentar un trago estrella: el Carajillo.



**E**ste licor de color dorado, es de sabor dulce, y cuenta con la particularidad de ser muy versátil, variando según la mezcla con la que se elija tomarlo. Además de estar compuesto por vainilla y otras especias, la bebida tiene 43 ingredientes como su nombre lo indica. De origen español, es apreciado a lo largo y ancho del mundo también por su tradición, con una historia que se remonta a 1946. Atendiendo a esta tendencia, recientemente

en Uruguay los amantes de Licor 43 tuvieron la oportunidad de descubrir el éxito y la versatilidad de su sabor único, durante un after beach. En la ocasión los invitados degustaron el licor español más vendido en el mundo y disfrutaron de la experiencia de maridaje con diferentes platos en la terraza. En la ocasión destacó el Carajillo, una combinación de Licor 43 con café. Este trago, que ha ganado popularidad en España y otros países, combina a la perfección la dul-

zura del licor con el aroma y el sabor del café, creando una experiencia única para los sentidos.

Aunque hay variadas versiones, el origen de este trago parece ser durante la Guerra de Independencia de Cuba ante España, a finales del siglo XIX. Según cuenta la historia, los combatientes tomaban esta bebida en las mañanas, mezclando café con ron, para infundirse coraje previo a las batallas, origen también de su nombre. ☪



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)**