



es la Tarjeta

Posdata: N° 12 ECONOMÍA



es la Tarjeta

INDICADOR DE LA SEMANA

41 500 micro y pequeñas empresas no pagan impuestos

Un estudio reciente reveló que en Montevideo existen, en la actualidad, 139 000 micro o pequeñas, de las cuales 41 500 forman parte del sector informal de la economía y actúan, hasta el presente, en condiciones de ilegalidad, evadiendo el pago de impuestos y las cargas sociales. El dato surge de comparar la cantidad de empresas registradas en la Dirección General Impositiva (DGI) y la cantidad estimada por la Corporación Nacional para el Desarrollo (CND), en base a investigaciones de campo y a informaciones del Instituto Nacional de Estadística (INE).

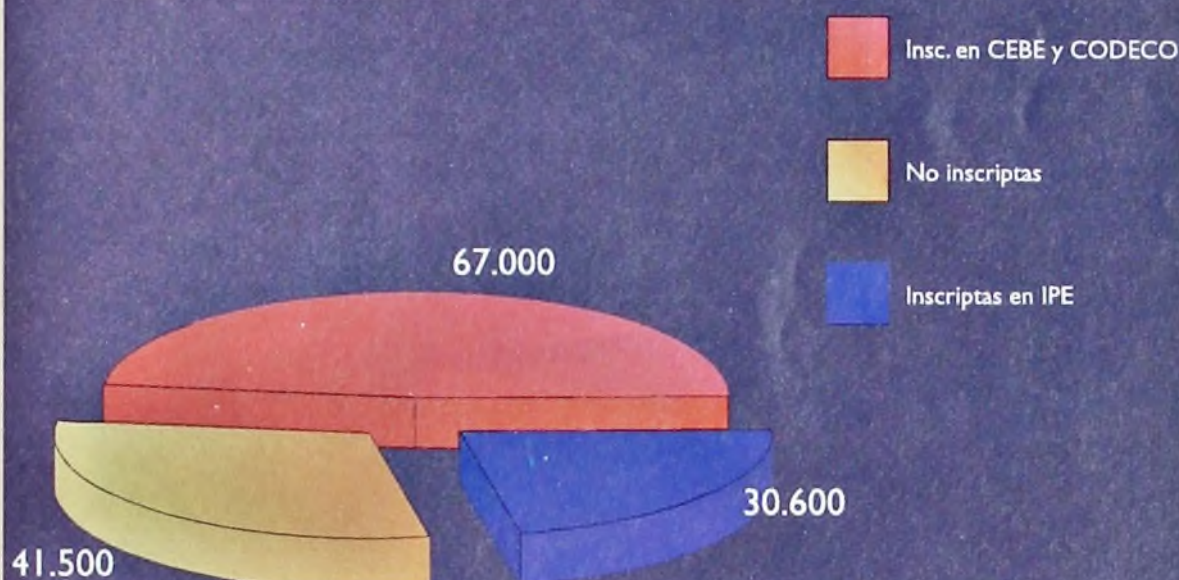
De esta forma, surge que existen 41 500 pequeñas empresas y microempresas que están trabajando en forma ilegal y evaden el pago de impuestos o la cancelación de cargas sociales. La cifra es similar a la estimada por el Banco de Previsión Social (BPS) al evaluar la evasión que sufre el sistema de seguridad social.

Además, la información recogida por Posdata indica que solamente 30 600 mi-

cro o pequeñas empresas —que representan el 60 por ciento del total existente en el país— pagan el Impuesto a las Pequeñas Empresas y mantienen su actividad productiva, o comercial, en el marco de la legalidad vigente.

La investigación —realizada con el apoyo de organismos internacionales— responde al objetivo de la Corporación Nacional para el Desarrollo de conocer las características del sector económico que está apoyando al pro-

Pequeñas empresas de Montevideo



FUENTE: CND - INE

mover créditos a la pequeña empresa. El sociólogo José Castagnola comentó que es un caso identificable cuando "la empresa es completamente ilegal, pero funciona encadenada a otra empresa, ésta legal, mediante subcontratos informales". En la mayoría de los casos, este tipo de empresas constituye el único sustento económico de sus dueños y, en otros, constituye un complemento del ingreso familiar. ■

DANICOMAT

DANICOMAT

Para Milka Barbato la Corporación Nacional para el Desarrollo "no es un CTI de empresas"

La Corporación Nacional para el Desarrollo (CND) definió un cambio de fondo en sus políticas y ahora transita una nueva etapa. En ese marco, dejó definitivamente de lado la estrategia de apoyar proyectos de reconversión de empresas sobreendeudadas, para priorizar ahora la inversión en el sector exportador. En particular, la Corporación hará un énfasis especial en respaldar con aporte de capital a compañías radicadas en el interior del país que ocupen mano de obra y generen nuevos puestos de trabajo.

La presidenta de la Corporación Nacional para el Desarrollo, Milka Barbato, reseñó a **Posdata** los principales objetivos que, en esta etapa, se ha trazado el organismo. En ese marco reveló que la CND dejó de lado la política de participar con inversiones en empresas que presentan una situación de sobreendeudamiento y enfatizó que, de aquí en más, prioritariamente radicará capital en firmas del interior del país que estén orientadas hacia la exportación. En relación a la política de garantías que se aplicará, subrayó que "estamos explorando la posibilidad de implementar un fondo de garantías". Sobre esta base recordó que existe un fondo de este tipo aprobado por el Parlamento, el cual quedará sin efecto cuando el Dr Luis Alberto Lacalle, durante su mandato, presentara un recurso de inconstitucionalidad contra esa ley. Ese fondo debió ser administrado por la CND, que replicó el recurso de inconstitucionalidad y espera una decisión final del Poder Judicial. "El fondo está pronto y a la espera del pronunciamien-



to de la Suprema Corte para poder funcionar", precisó Barbato al recordar que se trata de un capital de dos millones de dólares establecido legalmente para servir de garantía a préstamos para la pequeña y mediana industria.

Para comenzar, sería interesante analizar la forma de capitalización de la CND.

La Corporación tiene recursos asignados en distintas oportunidades. El capital está repartido en distintas em-

presas en las cuales la Corporación está presente. Además, rescata recursos de empresas en las que la Corporación participa. La CND no funciona como un ente autónomo o un servicio descentralizado y, por lo tanto, no tiene un presupuesto anual aprobado por el Estado, por medio del cual se le asignan recursos. Es claro, y ha sido así desde que se fundó, que el Estado lo capitaliza, aportándole recursos cuando lo considera oportuno. Durante los

terior administración de gobierno, la Corporación fue recapitalizada con siete millones de dólares, que se destinaron a proyectos concretos vinculados al saneamiento de un frigorífico, al área de El Espinillar y a cubrir nuestra participación en la reconversión de Campomar. En este caso, más que una inversión en la empresa, se hizo un aporte para poner en marcha los estudios de factibilidad necesarios para reconvertir la industria. En marzo de 1995, al comenzar este periodo de gobierno, hablamos con el ministro de Economía, Luis Mosca, sobre la posibilidad de capitalizar nuevamente la Corporación. No lo hicimos pensando que la Corporación necesita esta nueva capitalización para manejar los proyectos que tiene hoy en día, o para cubrir su presupuesto; lo hicimos porque entendíamos que una nueva capitalización permitiría al organismo invertir en nuevas iniciativas sobre la base de una nueva política —que ratificamos al ministro— centrada en empresas destinadas a la exportación y radicadas en el interior del país. Para financiar ese universo entendíamos que era conveniente disponer de nuevos recursos.

Pensamos en esta posibilidad en el marco de una nueva etapa de la Corporación, que no es consecuencia de un cambio de gobierno, sino que depende de la voluntad de la CND de salir de las empresas sobreendeudadas con las cuales estaba trabajando. La idea en esas empresas consistió en desarrollar un proceso de reconversión industrial, lo cual llevó mucho esfuerzo: se dedicó una parte importante de nuestro personal y se invirtieron grandes recursos económicos y financieros. El propósito era llevar adelante ese proceso de reconversión y vender nuevamente esas empresas al sector privado. Eso no se logra de un año para el otro. En cualquier empresa su reconversión industrial lleva cuatro o cinco años. La Corporación entendió que por su reducida estructura de capital, y dadas sus posibilidades de gestión, era necesario hacer más rápido ese proceso. Durante los años estuvimos dedicados a esos procesos de reconversión, y no a hacer de esos procesos un programa de reprivatización de las empresas. Eso marcó una etapa de la Corporación, caracterizada por la reconversión de estas firmas que, finalmente, enajenamos. Dos frigoríficos fueron traspasados a inversores del

exterior, en un caso a capitales privados de Argentina y en el otro a inversionistas de Estados Unidos. El conjunto de compañías que gestionaba la CND participó en este proceso de reconversión; en la mayoría de los casos negociamos el paquete accionario, y las devolvimos al sector privado. Es el caso, por ejemplo, de empresas de forestación o de construcción que estaban en la órbita de la Corporación.

En el caso de los frigoríficos, ¿insumieron parte del capital de la Corporación o pudo recuperarse la inversión realizada?

Sí, insumieron parte del capital de la Corporación. No hay que olvidarse que cuando los tomamos tenían deudas que hubo que pagar. Parte del capital de la Corporación que demandaron estas empresas se destinó a pagar deudas contraídas con el Banco República, de modo que se trata de un dinero que la sociedad recuperó, al cobrarlo el BROU. Por otra parte, desde el punto de vista social, se mantuvo una fuente de trabajo al lograrse la continuidad de esas compañías, que ahora están nuevamente en manos de capitales privados. Estas firmas han hecho una fuerte inversión y se han situado, ahora, entre las principales firmas exportadoras.

Entonces, ¿la CND superó una fase de inversión en empresas fuertemente en deudas y apunta, en su gestión, a otro tipo de inversiones?

Estamos de cara a una nueva fase, que tiene como eje la inversión de capital en empresas que no estén sobreendeudadas. Una vez culminada la etapa que comenté, ahora la institución está en condiciones de encarar, en otros términos, nuevas inversiones. Esta nueva fase de la CND comenzó en marzo del 95. Sin embargo, las nuevas inversiones van a reflejar lo que es el espíritu de la Corporación desde 1992, ya que este nuevo momento de la Corporación no responde a un cambio de gobierno. En el futuro, y desde ahora, que la institución no invertirá en empresas sobreendeudadas, se quiere apoyar y, por lo tanto, invertir en empresas orientadas a la exportación, que ocupen mano de obra y en lo posible estén radicadas en el interior.

¿La Corporación invierte en empresas que ya estén caminando o puede tratarse también de emprendimientos nuevos?

Puede haber emprendimientos nue-

entrevista

LA ESTRUCTURA DE LA CORPORACIÓN

La Corporación Nacional para el Desarrollo, de acuerdo a la ley 15.785 de 1985 que la crea, es una persona de derecho público no estatal, no está integrada a la estructura del Estado y se maneja dentro de las normas del derecho privado. No tiene la estructura de un ente autónomo o de un servicio descentralizado. Por lo tanto, sus gastos de funcionamiento y sus sueldos deben solventarse con los recursos que surgen de la operativa de la Corporación. No hay recursos que surjan del presupuesto del Estado, y que pueda gastar, salvo las aportaciones de capital que se han hecho hasta ahora para que se realicen las inversiones.

De acuerdo a estos principios básicos, la institución posee muy poco personal administrativo y de servicios, y un conjunto necesario de técnicos. La forman veinte funcionarios, muchos de ellos con importante perfil técnico; cuatro consultores financiados por el BID; ocho asesores externos, y los cinco directores, que hoy son la Cra Milka Barbato que la preside, el Esc Julio Gemelli, el Dr Servando Arrillaga, el Dr Carlos Rodríguez Labruna y el Sr Ángel Alegre.

La principal modalidad de actuación es la inversión en capital de riesgo, participando como socio en la empresa en que invirtió. De esta manera integran también la Corporación funcionarios que ésta designa para coparticipar en la administración de estas firmas, seguramente como Director. Pero sus sueldos están a cargo de la empresa en la que se invirtió.

Actualmente la Corporación participa en veinte empresas en los sectores textil, financiero, lácteos, agroindustria, petróleo, citrus, vitivinícola, chacinado, riego. Esas empresas ocupan a 1 740 personas. Además de estas empresas en que participa, la Corporación ha implementado unos 1 500 préstamos a pequeños empresarios, que seguramente ocupan a una mayor cantidad de gente. Estos préstamos no generan funcionarios dedicados exclusivamente a la empresa prestataria. Finalmente, algunos préstamos con garantía hipotecaria se han realizado trascendiendo el límite de créditos a pequeños empresarios, a un conjunto de empresas que ocupan en total unas 750 personas.



Milka Barbato: La apuesta es a la emisión de obligaciones.

vos. Lo importante es comprender que no estamos pensando en invertir para absorber deudas. Es importante transmitir que la Corporación no es un CTI de empresas. Muchas empresas, cuando están en problemas serios, hacen planteos a la Corporación. Pero, en la actualidad, estamos aplicando nuevas modalidades de inversión y en empresas con problemas no absorbemos el pasivo.

¿Qué ocurrió en Campomar?

Se planteó, en algún momento, la participación de la Corporación, pero de ninguna manera se iba a participar en la cogestión y absorber deudas. Se indicó que la empresa fuera al proceso de quiebra, y una vez iniciado el proceso judicial, se arrendó parte de las instalaciones y se formó una nueva empresa, llamada Agolán SA. Arrendamos parte de la maquinaria —no toda, porque parte de ella era obsoleta— y nos quedamos con parte del personal. Entendimos que allí era rentable hacer hilado cardado, y eso fue lo que aceptamos hacer. Empezamos de cero, y no tuvimos que consumir un capital importante.

¿Qué conversó con el ministro Mosca para capitalizar la Corporación?

En marzo del año pasado hablamos con el ministro de Economía sobre la

posibilidad de recapitalizar la Corporación, para permitir al organismo invertir en nuevas empresas que ocupen mano de obra, dedicadas a la exportación y radicadas en el interior. No hablamos de cifras. Pero marzo del 95 no era el momento para realizar la capitalización, así que en marzo de este año volvimos a conversar con el ministro Luis Mosca. Ahora estamos pensando en ingresar a cuatro o cinco empresas nuevas por año, con una inversión promedio de U\$S 400 000 o U\$S 500 000 en cada caso, siempre que ese monto no represente más del 40 por ciento del capital global de la empresa. En la nueva conversación mantenida con el ministro manejamos algunas cifras. Entre marzo del 95 y marzo del 96 se presentaron a la Corporación proyectos del sector privado que suman 28 millones de dólares, el 43 por ciento de los cuales pertenece al sector agroindustrial. Nunca antes habíamos tenido tanta demanda de inversión, y estas solicitudes son una muestra clara de lo que ocurre en el país en materia de inversión: una cantidad representativa de empresarios están pensando en nuevas iniciativas.

¿Cuál es el perfil de estas inversiones?

El perfil de las operaciones en puerta puede definirse como proyectos de

CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

De los recursos que la Corporación Nacional para el Desarrollo tenía para capacitación y asistencia técnica, todavía dispone de 600 000 dólares. Sobre esta base, la CND firmó convenios con el Inju, con el Iname, con el Latu, con las Intendencias y con asociaciones de empresarios. "A todos ellos les asignamos recursos no reembolsables, para cumplir una función de apoyo directo al pequeño empresario", explicó Barbato al resaltar que la semana pasada se estableció el convenio con el Inju para que hacer un manual-guía para empresas juveniles. "También le asignamos recursos al Iname para cincuenta becas, y esa institución va a dar becas a los recién egresados para que puedan hacer una pequeña empresa", puntualizó Barbato al recordar que la Intendencia Municipal de Rocha y el Latu harán cursos de capacitación para pequeños empresarios en el interior.

inversiones medianas y préstamos, y que mientras no se aprueba la capitalización reclamada no estamos cerrando a nuevas inversiones, pero no invertimos en una empresa más de 100 000 dólares. Hemos hecho préstamos, pesar de que priorizamos que la Corporación actúe como coinversor. Y creo que esa es la línea fundamental de la Corporación, porque para prestar dinero está el sistema financiero.

¿El ministro Mosca le ha propuesto a la Corporación la posibilidad de emitir obligaciones?

Cuando le pedimos al ministro Mosca dinero para una nueva capitalización para nuevos emprendimientos, la respuesta inmediata del ministro fue que la Corporación podría emitir obligaciones, salir al mercado, y nos pidió que trabajáramos en ese tema. Nosotros saldríamos al mercado con alguna de las empresas en que la Corporación es socia, o saldríamos con alguna de las empresas que han presentado proyectos a la Corporación, luego del estudio y de la evaluación de esas empresas. De este modo los fondos no ingresarían al patrimonio de la CND, sino que ingresarían directamente a la compañía en cuestión. En esa perspectiva estamos

trabajando. Estamos pensando que las obligaciones salgan al mercado con el aval de la Corporación, ya que se trata de empresas en las cuales participa la CND, y cuyas obligaciones tendrían el aval técnico de la Corporación, lo que sería una garantía.

¿Se pensó en la posibilidad de crear un fondo de inversión?

Estamos trabajando con la Corporación Financiera de Inversiones (CFI) del BRF y con la Corporación Interamericana de Inversiones (CII), que forma parte

del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para armar un fondo de inversión. En el caso de Mi Granja, que es una empresa de la cual la CND es socia junto a un inversor local, se está estudiando junto a la CII y la CFI poner en marcha un fondo de inversiones que permitiría ampliar la inversión en capital riesgo.

¿Los planes de la Corporación seguirán contemplando a la pequeña industria?

Sí, naturalmente. Otra línea de acción, en la cual todo el equipo económico de gobierno ha estado de acuerdo, consiste en que la Corporación tiene que actuar en el área de micro, o pequeña empresa, debe definir modalidades de actuación en este campo.

¿Cuál sería el límite para considerar a una empresa como pequeña?

El límite está fijado, en primer lugar, en que no ocupen más de 20 personas y, en segundo lugar, en que tengan hasta 10 000 dólares de activos y hasta 180 000 dólares de venta anual. Respecto de estos dos últimos requisitos, alcanza con

que se cumpla sólo uno de ellos. En 1988 comenzó a negociarse en la OPP el crédito para la pequeña y mediana empresa. El economista Horta —anterior presidente de la Corporación— y nosotros hemos continuado trabajando durante cinco años en ese tema. En el 89 negociamos en el BID la primera línea de crédito que se obtuvo, por 10 millones de dólares. Esta línea operó en 1990, se prestó a empresarios, y los recursos se agotaron en un año y medio. Los fondos se colocaron a través del Banco República, de bancos privados y de cooperativas de ahorro y crédito.

Arrancamos fantástico. ¿Qué nos pasó? Que nos dimos contra la red del sistema financiero, porque no querían prestar. Fue un arduo trabajo convencerlos de utilizar esta línea de crédito y de otorgar préstamos al micro y pequeño empresario. Había que convencer al sistema financiero de analizar proyectos y no sólo garantías.

¿Esa línea se agotó?

Se agotó rápidamente, pero, como es una línea con repago de los empresarios, se vuelve a prestar, y hoy lleva



prestados 18 millones de dólares que han sido recibidos por más de 1 500 pequeños empresarios, el 75 por ciento de ellos del interior del país. Ahora sólo quedan disponibles 300 000 dólares. Desde el 93 consideré que debía obtenerse, de inmediato, una segunda línea. Porque si no se tiene continuidad, se arriesga que los bancos se desinteresen. Por tanto, en marzo del 95 insistí. Estábamos en negociaciones con la OPP y conseguimos —en octubre del 95— que se firmara un convenio de la OPP con el Banco Central para destinar 20 millones de dólares para la pe-

queña empresa, tomados éstos de los 90 millones de dólares del crédito multisectorial otorgado por el BID. Esta línea está disponible para otorgar préstamos —con un tope de 40 000 dólares— a pequeñas empresas. Cuando el crédito es para inversiones, las empresas disponen de un plazo de diez años para cancelar la deuda, con hasta tres años de gracia. Cuando la solicitud se hace para tener capital de giro, el plazo de cancelación es de 18 meses.

A partir de octubre estamos viviendo nuevamente lo que vivimos en 1990 y 1991. ¿Qué pasa? No todos los bancos tienen vocación de prestar a la pequeña empresa. Están trabajando el Banco Comercial, el Banco Pan de Azúcar; comenzó a trabajar Acac, y el BROU estaba manejando su propia línea. Entonces hice un planteo al presidente del Banco República para solicitar que participara en esta línea multisectorial del BID, porque la primera línea había sido un éxito por la participación del BROU, y en esta segunda línea aún no había resuelto participar. Ahora el Directorio del Banco resolvió participar.

Conversamos reiteradamente con Capote porque nos preocupa que un Banco del cual la Corporación tiene la mayoría del paquete accionario, el Banco La Caja Obrera, no participe. Todavía el directorio de La Caja Obrera no resolvió el tema, pero esperamos que lo haga en los próximos días.

Es el camino recorrido, pero creo que pueden intentarse otros. En la reciente visita del presidente Julio María Sanguinetti a Italia, se gestionó que el gobierno de Italia conceda préstamos a la pequeña empresa uruguaya, a través de la Corporación. Vamos a tratarlo con el nuevo embajador de nuestro país en Italia. En ese marco importa la propuesta del Dr Alberto Volonté, que apoya la necesidad de dotar de recursos a la Corporación. Cuando habla de capitalizar y de obtener fondos para la Corporación, se refiere a dos cosas: a la capitalización de la Corporación y a la obtención de fondos específicos para la pequeña empresa. ■

Cr Jorge Buscio

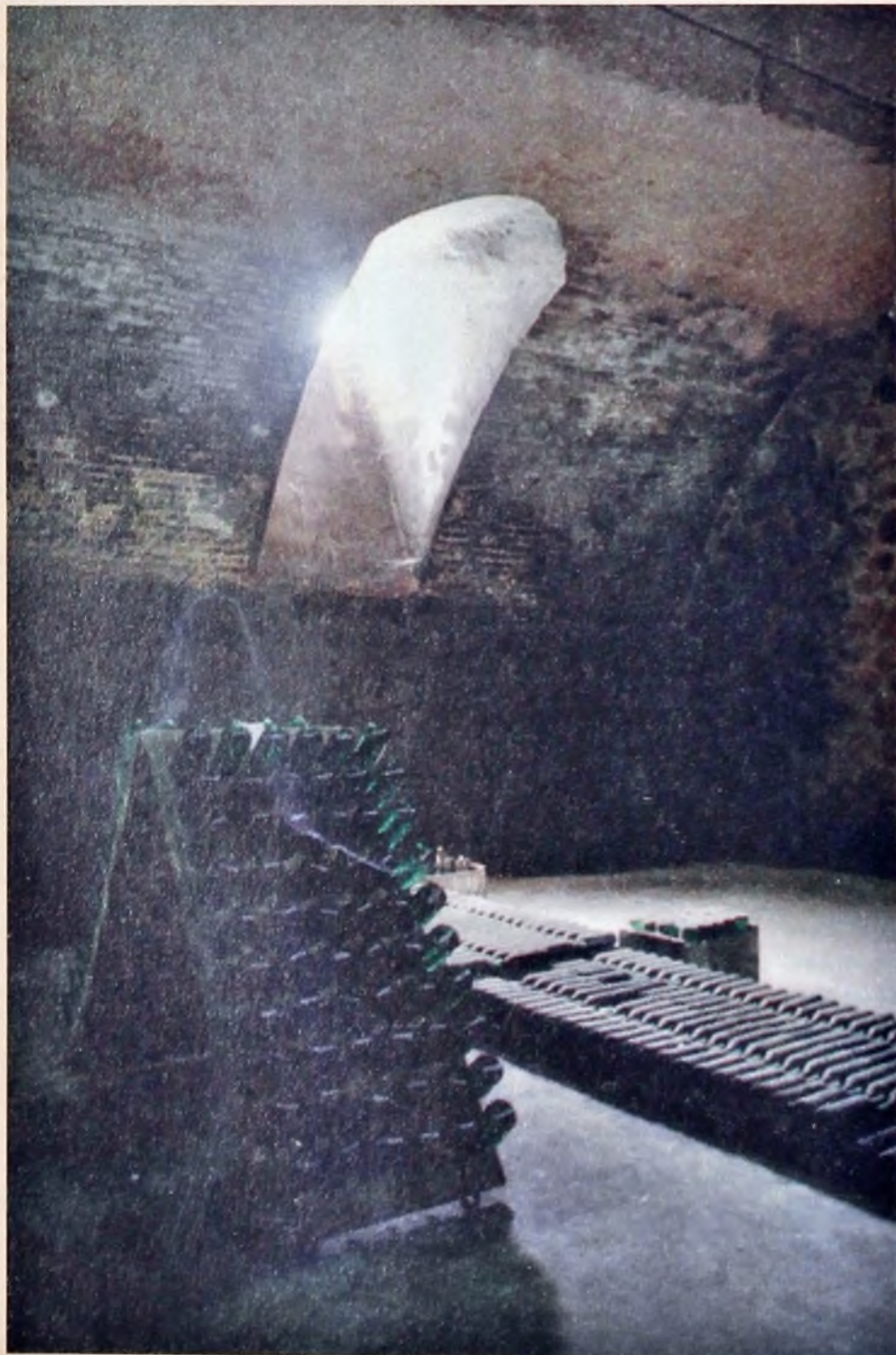
Inglaterra es el principal mercado externo para los vinos uruguayos

Los bodegueros piensan que no deben asustarse por el ingreso de Chile y sus vinos al Mercosur

En el correr de este año los bodegueros uruguayos han comprometido ventas al exterior por 277 380 litros de vino. A pesar de haber transcurrido sólo la mitad del año, el volumen de negocios concertados con plazas consumidoras de extranjero, ya supera el total exportado en 1995 que alcanzó una cifra global de 219 018 litros de vino. Las partidas de vinos tintos son la vedette de la exportación uruguaya ya que, este año, solamente se han vendido al exterior un total de 39 600 litros de vino blanco, que han sido negociados con compradores del Reino Unido. La bodega Castillo Viejo ya comprometió el envío a Inglaterra de 180 000 botellas, que corresponderán a la cosecha de este año. Marzo fue el mes de menor volumen de exportación al haberse enviado al extranjero partidas por un total de apenas 1 500 litros. Inglaterra, Suecia, Canadá, Puerto Rico y México son los países que mayor demanda de vinos uruguayos han presentado en el correr de este año.

De las 787 bodegas elaboradoras de vino que existían en el país en 1977, año que marca el comienzo de un proceso de disminución de este tipo de establecimientos, en la actualidad permanecen en actividad 353 bodegueros que industrializan distintas marcas y calidades, la mayoría destinadas al mercado interno que consume, en la actualidad, 87 804 314 litros por año de vinos nacionales. El stock disponible es, en este momento, de 95 772 530 litros. Paralelamente, el mercado local consume prácticamente tres millones de botellas de vino importado, que proceden fundamentalmente de Argentina y Chile, siendo los exportadores argentinos los principales abastecedores.

Pese al cierre de más de 400 establecimientos que se ha registrado desde 1977, el sector ha vivido durante ese período un proceso de superación de la calidad de los vinos nacionales, que ha permitido a los bodegueros uruguayos abrir mercados en el exterior para la producción nacional. Las bodegas Carrau, Pisano, Los Cerros de San Juan, Santa Rosa, Irurtia, Uvical, Stagnari y Castillo Viejo se encuentran hoy entre las marcas de mayor reconocimiento en el mercado local, en espe-



cial por sus líneas de Vinos de Calidad Preferente (VCP) que han comenzado a generar un nuevo segmento de demanda.

Un momento difícil

Uruguay pasó un período sumamente difícil en los meses de octubre y noviembre de año 1995, cuando "se había incrementado violentamente la importación de vinos argentinos a precios irrisorios, debido a que estábamos importando la grave crisis de la vecina orilla, donde el consumo bajó a la mitad, por problemas internos", explicó a *Posdata* el presidente del Instituto Nacional de Vitivinicultura (Inavi) Gerardo Alegresa. Sobre esta base consideró que «los argentinos exportaron su crisis y los uruguayos la importamos a partir de la compra de vinos a precios extremadamente bajos». Desde su punto de vista, esta situación dificultó la comercialización de los vinos uruguayos e hizo peligrar la buena comercialización de la zafra de la uva en el presente año.

El Inavi y los industriales bodegueros lograron una armonización de las políticas con Argentina para «mirar ha-

el futuro» teniendo en cuenta que desde cuatro años, a comienzos del 2000, de acuerdo a los acuerdos alcanzados en el marco del Mercado Común del Sur (Mercosur) caerán las barreras arancelarias, lo cual demandará que los sectores vitivinícolas de la región trabajen en conjunto. La armonización de políticas entre Argentina y Uruguay permite que nuestro país regule la calidad de los vinos que ingresan de la vecina orilla. La nueva situación permite a Uruguay, por otra parte, mantener concesiones hasta el año 2010 en que se mantiene firme la prohibición de exportar vinos a granel y, especialmente, mantiene para nuestro país una excepción que dispone que solamente podrán ingresar a nuestro mercado –hasta ese año– vinos en envases de un litro.

Los vinos finos están en una libre competencia donde Uruguay tendrá que «pelear muy duro», como ya lo está haciendo en «muy buenas condiciones» a juicio de los industriales, y se prevé que en el futuro lo haga mejor aún debido a que la calidad de los vinos nacionales «está llamando enormemente la atención en los mercados mundiales, y en las exposiciones internacionales en las que se están presentando partidas nacionales, se están obteniendo medallas de oro y de bronce», precisó Alegresa.

El presidente de Inavi subrayó que los sentimientos de «orgullo y satisfacción» ver que este sector «ha demostrado una dinámica formidable». En ese sentido estimó que se ha dado un «paso gigante» en los últimos siete u ocho años, cuando se pasó de dificultades tremendas ya que el sector vitivinícola era –junto al del azúcar– uno de los más sensibles y más condenados a



desaparecer en el contexto del Mercosur. Sin embargo, ahora pasó a ser un sector con una reconversión que no dudó en calificar de «fantástica» y «ejemplo para otros sectores» y dentro de la granja nacional es el que más se ha desarrollado.

Consultado acerca del ingreso de Chile al Mercosur y los efectos de la nueva situación regional sobre el sector vitivinícola, el presidente de Inavi admitió que «es el nuevo problemita que tenemos, cuando ya estaba encaminado todo lo demás». La inserción de Chile al Mercosur, como país poderoso en términos vitivinícolas, debe preocupar pero no generar temores porque «si queremos abrirnos al mundo no tenemos que asustarnos con Chile ni con nadie porque ten-

dremos que competir». Una de las demostraciones de que los bodegueros uruguayos «no deben achicarse» es que en la reciente Exposición de Vinos de Vinsud, en Chile, donde Uruguay compitió de igual a igual con 360 muestras internacionales de más de quince países, que fueron valoradas por jurados internacionales, los productos uruguayos obtuvieron una medalla de oro junto con una de Argentina y cinco de Chile, y las bodegas nacionales trajeron, además, cuatro medallas de plata.

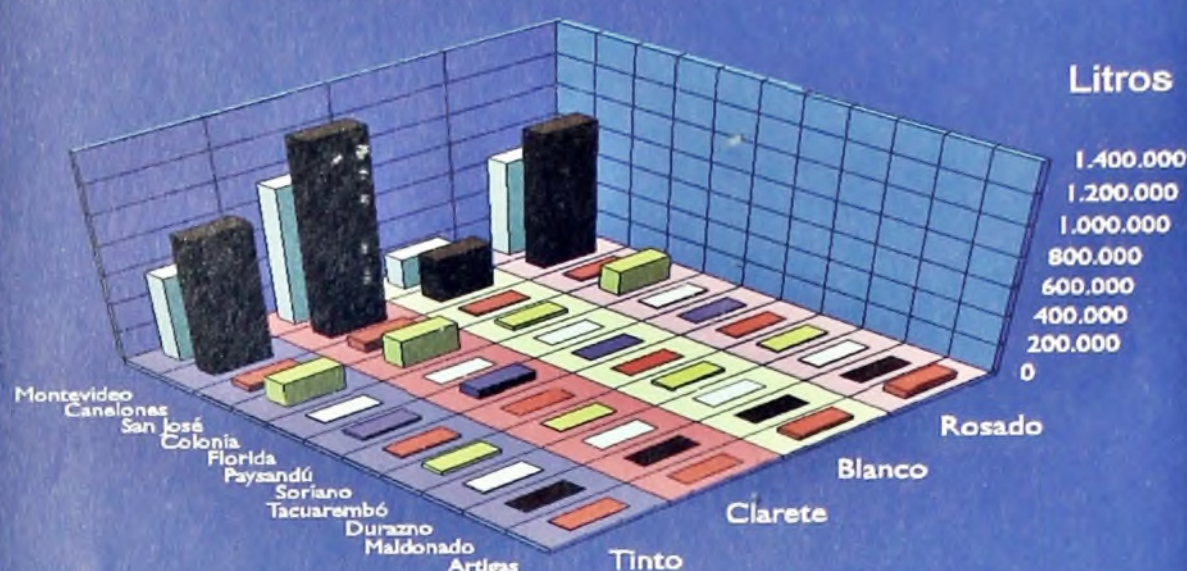
Para los industriales nacionales es una demostración de que, a pesar de las diferencias potenciales de uno y otro país, «podemos competir con verdadera calidad».



Comunicamos
en el idioma universal de
la música. Los clásicos
de todos los tiempos
están aquí. En Sarandí,
91.9 FM. La FM Satelital.



Venta de vinos por menor Por departamento y tipo de vino



Fuente: INAVI

Nichos de mercado para vinos Tannat

Uruguay está logrando nichos de mercado con la variedad Tannat, que nos da una tipicidad muy particular. Esta variedad existe solamente en una de las zonas vitivinícolas de Francia, y Uruguay ha hecho una reconversión muy importante basada en esa variedad, que está saliendo y gustando mucho en los mercados externos. Lograr la reconversión del sector vitivinícola uruguayo es la etapa que tiene planificada Inavi actualmente, en un programa de cinco años que consiste en reconvertir a los pequeños productores, que es el sector más difícil, más carenciado y que más ayuda necesita.

La reconversión de 2 500 hectáreas, aproximadamente, en el próximo quinquenio, demandará una asistencia tecnológica y crediticia mediante la cual se continuará fomentando la eliminación de las cepas viejas y la implantación de vides de verdadera calidad. El Presidente del Inavi, Gerardo Alegresa, y el secretario del organismo, Francisco Zunino, realizaron un viaje por Francia e Italia para coordinar el control de la calidad de las plantas que se van a importar, donde lograron buen eco de los organismos oficiales. En los próximos días, una misión de técnicos nacionales concurrirá a los principales países europeos productores de vino a especializarse y a armonizar las políticas que dejaron establecidas los directivos del Instituto del vino.

La reconversión de una hectárea de viña —en las condiciones que propone Inavi— tiene un costo de 12 000 dólares por hectárea. Al productor se le dará asistencia crediticia y tecnológica pero deberá adquirir un crédito. Los directivos se han comprometido a mantener la calidad de las plantas ya que en anteriores oportunidades, en este aspecto, no se estuvo en el nivel de lo deseable. Las plantas no serán importadas por el Inavi sino que el organismo solamente garantizará la calidad de las plantas, que ingresarán por los canales de los importadores privados. Para los responsables del sector el proceso de reconversión que se ha puesto en marcha «es asombroso». Para que una viña nueva comience a producir se necesita una inversión de 12 000 dólares y una espera de cinco años. A pesar de estos costos, una importante cantidad de productores ya ha decidido, en los seis meses de ejecución que lleva el Plan de Reconversión, arrancar sus viñas viejas para reconvertirlas.

A ocho años de la creación del Instituto Nacional de Vitivinicultura (Inavi) los directivos evalúan la actividad del organismo como «exitosa» y «eficaz» ya que se pasó una actividad de la órbita pública a una nueva experiencia en el país con un ente público no estatal, que se rige por derecho privado, y se autofinancia. Constituyó, además, una de las primeras descentralizaciones del país ya que la sede central del Inavi, por ley, funciona en la ciudad de Las Piedras.

La competencia

La competencia por el mercado exter-

no es dura, pero también en lo interno la lucha es y será dura porque los vinos uruguayos deberán competir con los argentinos y chilenos. Mientras en el mundo entero el consumo de vinos cae, en el Uruguay se ha dado la tendencia contraria. En los últimos tres años, aumentó alrededor de un 12 por ciento el consumo de vinos por habitante y por año. De beber 29 litros y medio *per capita* hace tres años, ahora el consumo anual se sitúa en 32 litros por persona. El Inavi suscribió con la FAO a través de la Oficina de Planeamiento Presupuesto (OPP), un acuerdo —por un monto cercano a los 120 000 dólares— por el cual se van a realizar dos consultorías internacionales.

Los estudios implicarán una evaluación de todo el sector industrial que incluye todas las bodegas del país, a partir de un Censo Nacional que realizó el Inavi. FAO investigará, por otra parte, los mercados a los cuales los vinos uruguayos pueden acceder a nivel internacional y se establecerá una estrategia comercial clara para que Uruguay aborde esos mercados y dinamice el proceso de exportaciones. Las cifras de exportación de los vinos nacionales aún no son significativas en porcentajes de la producción uruguaya, pero son importantes si se evalúa que en 1990 prácticamente no se exportaban vinos uruguayos y ahora hay un crecimiento sostenido que se acentuó en 1996. En los primeros seis meses del presente año, ya se exportó un 10 por ciento más que en todo el año 1995. Ésta ha sido una consecuencia muy importante de la participación y la obtención de premios a nivel internacional por parte de los vinos uruguayos y también de la realización el año pasado en Uruguay del 21° Congreso Mundial y de la 75° Asamblea Internacional de la Oficina Internacional de la Viña y el Vino. Estos eventos permitieron difundir a todo el mundo la realidad productiva de la vitivinicultura en el Uruguay.

En los últimos días, se aprobó en el Parlamento —en menos de un mes— un proyecto de ley, a iniciativa de Inavi, que permite la exoneración del pago de la tasa de control y promoción vitivinícola (tributo que recauda Inavi) para toda la producción de uva. Éste es un hecho que los directivos del Inavi consideran muy importante, porque está por un lado, ayudando a los pequeños y medianos viticultores a que tengan mayores recursos para volcar a la exportación, y por otro lado, se está dando un lineamiento político importante para el apoyo a la producción de la uva de mesa, para el mercado interno y para la exportación. ■

Investigaciones por dos millones de dólares en Ingeniería, con financiamiento del BID

La Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República está ejecutando más de 50 proyectos de investigación con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), por un monto que asciende a los dos millones de dólares, que se otorgan a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicit), y se desarrollan en estrecha relación con el sector privado nacional.

El Decano de la Facultad de Ingeniería, Ing Rafael Guarga, destacó en diálogo con Posdata –en oportunidad de la presentación de las iniciativas– que los proyectos de investigación son de especial interés desde el punto de vista económico para el país porque conforman el «almácigo de la economía futura».

Los emprendimientos de investigación que se realizan en la Facultad de Ingeniería están referidos a una variada gama de temas, que van desde la Informática a la Ingeniería Ambiental, Eléctrica, Química o Mecánica, las Ciencias Básicas y Matemáticas, pasando por sistemas de información geográfica, tratamiento digital de imágenes satelitales en el estudio de la maduración de cosechas, hasta Metalúrgica y diversidad.

Los investigadores de la Facultad de Ingeniería actualizan la información internacional, pero luego el trabajo se centra en la recopilación de datos para la obtención de tecnologías apropiadas a la realidad nacional.

Diferentes empresarios nacionales han trabajado en estrecha colaboración e inter-

cambio con los investigadores de la Facultad de Ingeniería, y las jornadas de presentación pública de las actividades de investigación contaron con la participación de representantes empresariales así como de los diferentes Ministerios vinculados a la actividad.

Guarga informó a Posdata que una centena de investigadores trabajan en la Facultad de Ingeniería en la ejecución de estos proyectos, con una dedicación de 30 a 40 horas semanales.

Consultado el Decano de la Facultad de Ingeniería acerca de la receptividad y relación que mantienen con las empresas los investigadores de esa casa de estudios, realizó una distinción muy clara entre los exportadores y los industriales que trabajan para el mercado interno.

“Los exportadores están muy sensibilizados por la necesidad de alcanzar y mantener la competitividad, tienen la perspectiva del acontecer externo y demandan el apoyo de la investigación” –explicó Guarga–. Con ellos “hay un lenguaje común porque necesitan un manejo adecuado de las nuevas tecnologías y deben respetar de-

terminadas normas sanitarias y de calidad.”

Los empresarios exportadores fueron calificados de “interlocutores privilegiados” por parte del Decano de Ingeniería, quien explicó que, por otra parte, “trabajan asociados entre sí y generalizan las nuevas tecnologías, porque de lo contrario, la única fuente de información –a nivel externo– serían los competidores.

En relación a la industria nacional, sin embargo, se da una situación diferente, porque existen “celos” en relación a las tecnologías que se manejan en forma reservada, porque los pequeños “secretos” inciden sobre el posicionamiento de cada empresa en el mercado interno.

“Muchas industrias nacionales, sobre todo las más pequeñas, ni siquiera saben cuáles son sus problemas” –precisó Guarga– y el 75 por ciento de las empresas que poseen menos de 50 personas empleadas no cuentan con un ingeniero a su servicio.

Los servicios al Estado, especialmente a las empresas públicas, son el otro gran componente de los destinos de las investigaciones de la Facultad de Ingeniería, junto a los estudios para las empresas exportadoras. ■

Gran Muestra de micro y pequeños empresarios

Del 4 al 10 de noviembre próximos se realizará una “gran muestra” de las microempresas y artesanías del Mercosur en la Intendencia Municipal de Montevideo, organizada por la Asociación Nacional de Micro y Pequeños Empresarios (Anmype) con la Dirección Nacional de la Pequeña y Mediana Industria (Dinapyme) del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM).

La exposición tiene como objetivo la exhibición y promoción de productos, servicios y actividades de micro o pequeñas empresas y artesanías del Mercosur.

En ese marco, se desarrollará un espacio académico para la realización de conferencias sobre temas afines al objetivo de la muestra: el fomento de estos sectores.

Participarán más de cien micro o pe-

queñas empresas de productos, servicios o artesanías de nuestro país y de la región, y se harán presentes instituciones oficiales y privadas, junto a ejecutivos y profesionales de las más diversas áreas de la economía del país.

La Muestra es declarada de interés nacional y municipal, en el marco de los festejos de Montevideo Capital Cultural de Iberoamérica. ■

Gaseba integra a Carrasco a la red de gas por cañerías

El local que Gaseba inauguró esta semana en Carrasco "es un símbolo de lo que la empresa piensa hacer en ese barrio", donde se aspira lograr abastecer con gas por cañerías a la tercera parte de la población, explicaron a **Posdata** directivos de Gaseba. Los responsables de la compañía señalaron que la energía que ofrecen es "sumamente competitiva" con respecto a otras existentes en plaza para el uso doméstico. En términos de costos, se dijo que vale la mitad de la tarifa normal de electricidad, a pesar de que esta diferencia se reduce para los usuarios de UTE que concentren su consumo fuera de las horas pico. La diferencia con el gas oil es menor: el gas es un 2,4 por ciento más barato, a lo cual se deben sumar ventajas como la ausencia de gastos de mantenimiento —que sí debèn realizarse en el caso de la calefacción a gas oil— y el hecho de que el combustible no se paga por adelantado sino con una forma de crédito igual a la que existe para el teléfono, la luz o el agua potable.

Este año comenzaron trabajos necesarios para la puesta en marcha del servicio, y el miércoles se inauguró el local comercial de Gaseba en Carrasco, a la vez que se instrumentaron las tareas de promoción y venta de los servicios, para lo cual la compañía se basó en campañas publicitarias y en jornadas de promoción en el Shopping Center de Portones. Carrasco será el primero de los barrios que no estaban conectados a la red estatal Compañía del Gas —hoy a cargo de Gaseba— que podrá usar gas por cañerías. Otra de las peculiaridades es que el gas empleado será propano puro, diferente al que se brinda en otros barrios, que es un gas manufacturado a partir de cracking de nafta. ■

Carlos Sainz, piloto Ford

El piloto español de rally Carlos Sainz visitó nuestro país invitado por su colega uruguayo Gustavo Trelles. En conferencia de prensa llevada a cabo en el Club de Golf de Punta Carretas, Sainz se mostró conforme luego de su triunfo en el rally de Indonesia, donde piloteó un Ford Escort RS Cosworth, colocando de esta manera a la marca Ford en los primeros planos mundiales de ese deporte. ■



El piloto español Carlos Sainz, Ing Rodolfo Medeiros y Eduardo Acosta.

Cooperativa de Seguros

Surco es la única Compañía Cooperativa de Seguros que opera en el país y está constituida por ocho cooperativas de trayectoria nacional: Acac, Ace, Cacdu, Caycu, Cooperativa Bancaria, Cofac, Cofa's y Coprata. Cuenta también con el reaseguro de dos compañías líderes a nivel mundial: Münchener Rück y la Compañía Suiza de Reaseguros. Está presente en el interior del país a través de 80 locales pertenecientes a las cooperativas integrantes, y en Montevideo en su sede del Parque Batlle, recientemente inaugurada, llegando a una cartera de 300 000 clientes potenciales de los cuales muchos hacen uso de sus servicios. Actualmente Surco brinda cobertura individual y grupal abarcando: se-



La fachada de la sede de Surcos en Parque Batlle.

gueros de vida temporarios, seguros de vida entera, seguros de agrupamientos, seguros colectivos de invalidez y fallecimiento para las AFAP, rentas vitalicias, seguros de accidentes y seguros colectivos que respalda a Integración AFAP. ■

Nueva versión de Volkswagen Gol

Julio César Lestido SA presenta a los concesionarios Volkswagen Montevideo y del interior del país la nueva versión Gol Cli 1.6 S, con motor de 1600 centímetros cúbicos e inyección electrónica. Es un automóvil que logra el equilibrio entre economía y equipamiento, y que, como toda la línea Gol, asegura al usuario un excelente valor de reventa, contando con asistencia técnica y servicio posventa en todo el país. ■



El nuevo modelo Gol de Volkswagen.

Market Place



Carlos Spiller, Gonzalo de Azpitarte, Evelyn Schimmel, Fernando Martínez y Enrique Baliño.

Quedó inaugurado un nuevo local de Market Place en el segundo nivel de Montevideo Shopping Center. En este local el cliente hallará computadoras, multimedia, cd-rom

y accesorios, con la ventaja de poder apreciar su funcionamiento y valorar sus prestaciones. Este nuevo local se agrega a la ya tradicional proa de Zorrilla y Ellauri. ■

VALOR

por Marta Penadés

Una nueva terminología ha surgido en marketing; esta nueva palabra se llama Valus, o sea Valor. Valor, en marketing, es un genérico que concentra una serie de atributos que los clientes, o consumidores, le adjudican al producto y que vuelven a éste valioso, apreciado o diferenciado de otras ofertas o productos. Por lo general, estos atributos están ubicados en el inconsciente de los consumidores. No son fácilmente definibles, son el resultado de un infinito número de experiencias vividas por el cliente que pasan por el servicio, la performance del producto, la penetración del producto en las personas que rodean al cliente, la calidad, el precio, la confiabilidad o la conveniencia, entre otros factores. La lista sería interminable.



Para algunas personas Valor es sinónimo de precio, o sea: "Compro lo que compro porque el precio se ajusta a mis posibilidades". O bien: "Compro porque el precio me conviene". Entonces uno se pregunta: ¿cuál es el valor en este caso? ¿El precio? Pero ¿es el precio el que establece la conveniencia o es una estrategia de conveniencia a través del precio?

Pero más que a este confuso juego de palabras, a lo que queremos llegar es a que las compañías cada día más buscarán diferenciarse por el Valor. El Valor ya está comenzando a definir los atributos de las compañías u organizaciones.

La comunicación publicitaria que menciona la calidad de un producto no sólo logra diferenciarlo y definirlo, sino que establece un compromiso entre la organización y el cliente.

Si la comunicación habla de calidad, lenta pero inexorablemente incidirá en que el consumidor exija calidad. Si se prometió calidad, deberá existir calidad y no podrán existir los grises, ni la calidad a medias. Esta nueva metodología de focalización de los atributos de un producto incide en que las personas de marketing centren su atención en crear estrategias de penetración de mercados en uno o dos puntos, nada más.

A lo que se está llegando es al fin de las "perdigonadas" de mensajes, épocas en las cuales un producto estaba rodeado de múltiples atributos, muy diversos entre sí y no emergentes de sus cualidades sino de la política comercial de la organización; ya quedó atrás aquello de "el que mucho abarca poco aprieta".

Hoy el valor está contenido en el producto en sí, en sus cualidades. Está dejando de ser importante quién lo elabora o su tradición, ya que de hecho otras instituciones son las que realizan los controles de calidad o higiene.

El producto es el que importa, y es por eso que el ego de los empresarios debe quedar relegado a un segundo plano, frente a la vedette de su facturación, que es en todos los casos un producto potenciado por su calidad, que lo valoriza.

El desafío está en hacer propuestas comerciales valiosas y ajustadas a lo que los mercados demandan.

6 500 ahorristas en plan que apuesta a un mercado masivo

A cuatro años del inicio de sus actividades en el mercado uruguayo, Citicorp Administradora de Inversiones nuclea más de 160 millones de dólares en sus cuatro carteras, o portafolios, destinados a pequeños ahorristas y grandes inversores, y cuenta con más de 6 500 cuentas. La compañía de administración de fondos —que en otros países se denominan fondos mutuos— actúa en el mercado uruguayo y “ofrece la posibilidad de obtener beneficios adicionales al que lograría cada ahorrista aislado en el mercado, haciendo personalmente las colocaciones”, según explicó a *Posdata* la gerente general de Citicorp, contadora Graciela Rimbaud. El monto mínimo de la inversión es de 1 000 dólares. El objetivo que la compañía se ha trazado es el de captar los segmentos de ahorros más bajos, porque ese es su *target*; sin embargo, la inversión promedio actual de sus ahorristas supera los 20 000 dólares.

En el Uruguay no existe una reglamentación de fondos mutuos, por lo que Citicorp “administra el dinero de sus clientes por cuenta y orden de ellos”, según explicó a *Posdata* la contadora Graciela Rimbaud, gerente general de Citicorp. Las claves para el mayor poder negociador de Citicorp residen en el hecho de integrar pequeñas inversiones en grandes volúmenes de dinero que son invertidos, por medio del City Bank, en forma conjunta. Esta modalidad y la búsqueda de oportunidades de negocios, permiten al cliente obtener la oportunidad de un margen diferencial en el mercado.

¿Cuáles son las carteras u oportunidades que ofrece Citicorp?

Para llevar a la práctica un aprovechamiento superior de las oportunidades Citicorp cuenta y ofrece distintas carteras, portafolios de inversión o fondos, en los cuales los clientes invierten para participar de los beneficios del Fondo. Citicorp estructuró portafolios con determinadas características que tienden a cubrir necesidades propias de los ahorristas. Todos ellos tienen necesidades diferentes, pero nucleando las necesidades básicas de un inversor, éstas pasan por la importancia que le dan a la liquidez o a la disponibilidad del dinero; la expectativa de retorno de cada uno —estrechamente asociado al nivel de riesgo



Graciela Rimbaud: nuestra propuesta es para todo pequeño ahorrista o gran inversor.

propio para obtener ese retorno, a mayor riesgo mayor rentabilidad—; el horizonte temporal de inversión: qué horizonte temporal está evaluando el ahorrista para permanecer en cada una de las opciones. Lo que hicimos fue armar alternativas que pudieran cubrir las necesidades propias del perfil del inversor uruguayo que es diferente al de otros inversores de la región.

¿Cuáles son esas “características

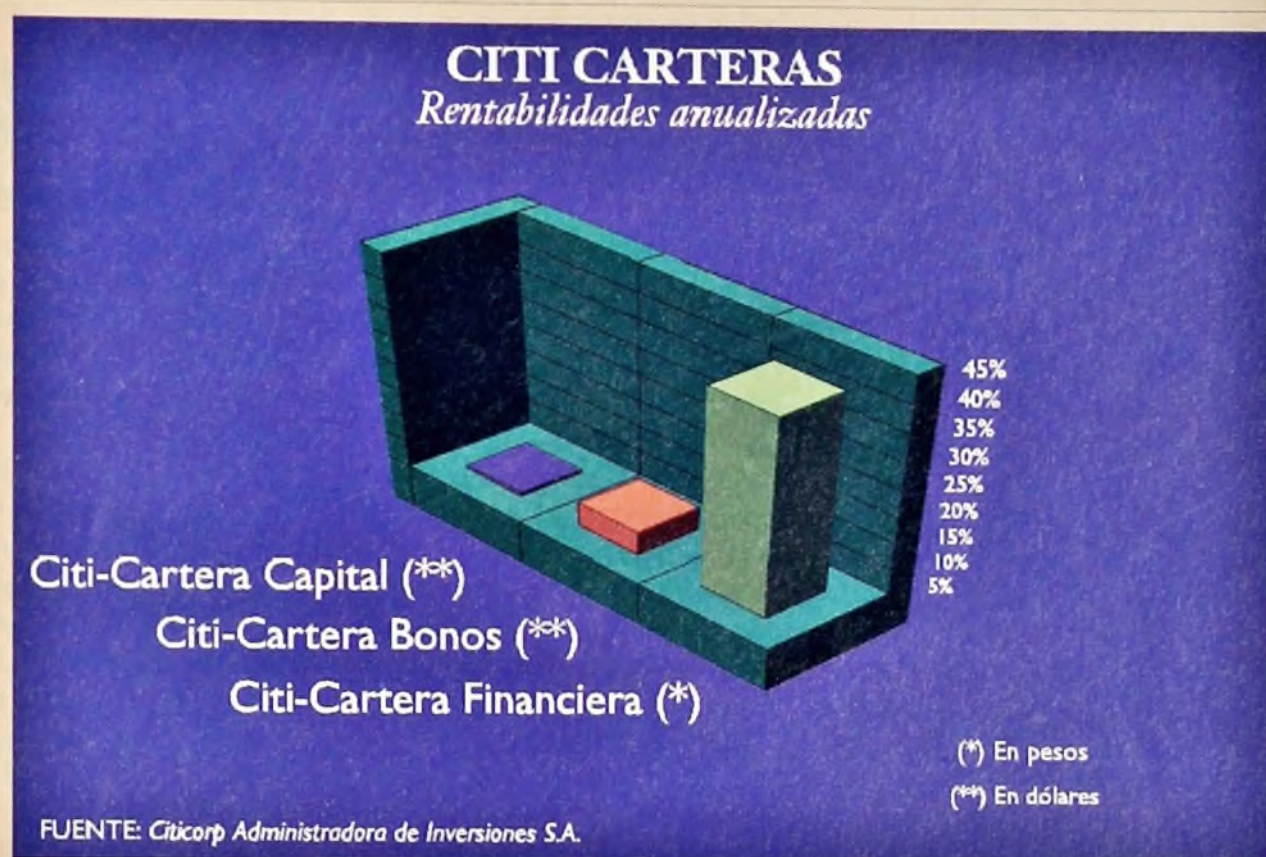
particulares” del inversor uruguayo?

El uruguayo es muy conservador, es una de sus características más sobresalientes; prioriza la seguridad, más allá de que cuando uno entra a conocerlo y empieza a hablarle de distintas oportunidades —en el país y en el mundo— es inteligente, escucha y empieza a probar. Pero al principio todos somos básicamente conservadores. Otra particularidad es que, generalmente, no está acostumbrado a atarse

plazos muy largos. Eso a veces resulta paradójico, porque se puede ver gente que sistemáticamente va renovando, por ejemplo, un plazo fijo, año tras año o meses tras meses durante mucho tiempo. Y de repente –si se mira en perspectiva– la conclusión es clara: “qué bueno hubiera sido si hubiese optado por algo de más largo plazo para aprovechar las ganancias”.

Nosotros tratamos de indagar, el proceso de venta de este tipo de fondos es muy cuidadoso: nuestra modalidad es conocer al cliente, investigar sus necesidades, antes de explicarle cuáles son las alternativas que manejamos. De lo contrario, se convertiría en un monólogo acerca de las bondades, ventajas y beneficios de los productos, y ése no es el cometido, porque nosotros lo que queremos con los clientes es lograr una relación de largo plazo; si no tengo el producto que el cliente requiere es mejor decirlo. Hay gente que busca algo que a veces es imposible: encontrar la máxima disponibilidad, la mejor rentabilidad, lo más seguro y hay cosas que se contraponen: la seguridad se contrapone a la rentabilidad, la liquidez también se contrapone a la rentabilidad. Entonces, el desafío de una administradora de fondos es tener productos aplicables para los perfiles de los clientes, pero a la vez que logren cubrir las necesidades, en los términos que el cliente está buscando. El que busca seguridad, que tenga, el que busca mayor riesgo y mayor retorno que también los tenga...

¿Qué tipo de ahorristas son potenciales clientes de Citicorp, en el sentido de los montos?, ¿están mirando a



los pequeños inversores?

Apostamos a un mercado bastante masivo, nuestro mercado objetivo está en todo aquel que tenga un pequeño o un gran ahorro. Tal es así que nosotros nos iniciamos en 1992 con un mínimo de inversión de 3 000 dólares y la opción en pesos uruguayos que manejábamos era su equivalente; estimamos que era bastante accesible para el mercado uruguayo. El año pasado lanzamos una nueva alternativa –la más conservadora que tenemos, Ahorro Plus Citicorp– y lo hicimos para un mercado más masivo aún, con un monto mínimo de inversión de tan sólo 1 000 dólares. Los Bancos tienen mínimos y promedios exigibles para distintos tipos de colocaciones. Creemos

que la suma de 1 000 dólares como inversión mínima no está en el extremo superior del mercado, quizá tampoco esté en el más bajo de todos los que se pueden encontrar, pero es un nivel que puede cubrir a la mayoría de los ahorristas uruguayos.

Sin dudas hay diferencias entre las opciones que ustedes ofrecen en relación a los depósitos en los Bancos. Pero ¿cuáles son las diferencias más notorias con otras opciones de inversión en fondos de este tipo, de otras firmas en el país?

En el Uruguay todavía no enfrentamos una gran competencia, hay algunos operadores del mercado, algunas instituciones que tienen algo parecido, pero ni



Bienvenido

a su emisora de

Frecuencia Modulada.

Pensada para un
público objetivo del cual

usted es el mejor ejemplo.

Sarandí Satelital, 91.9 FM. Siéntala. Es suya.



operan con el volumen ni nuclean a la cantidad de clientes que nosotros hemos logrado afianzar y consolidar en estos cuatro años. Queremos sí tener competencia, es buena. Pero en lo que hace a la administración de las carteras locales -Capital, Bonos, Financiera (denominada en pesos) y Ahorro Plus- son inversiones que atienden al público uruguayo y que están, en su gran mayoría, concentradas en activos del mercado local, y frente a eso no tenemos una competencia definida. Nuestros competidores hoy vendrían a ser las distintas instituciones financieras, competimos con aquel que puede ofrecer bonos, a través de nuestra Cartera Bonos; competimos con un depósito a plazo fijo en los distintos plazos que ofrece el mercado; lo hacemos con Letras de Tesorería o con algún otro instrumento que el ahorrista uruguayo esté acostumbrado a comprar a través de la Bolsa. Pero no hay un fondo de inversión nucleado en un inversor institucional como nosotros estamos operando. En lo que hace a otros fondos que ofrecen bancos como instituciones financieras del mercado serían los fondos off shore, que concentran activos de los mercados internacionales y nosotros también los tenemos. Nuestra Corporación es muy grande y en los distintos países donde operamos se administran fondos diferentes a los que administramos localmente, con activos de esos otros mercados. Por ejemplo, nosotros tenemos disponibles fondos de acciones y de bonos del mercado norteamericano, que ofrecen también otras instituciones de la plaza uruguaya. Generalmente esos fondos requieren una mayor especialización en la venta, demandan un mayor *time* en la venta, porque los fondos de bonos y de acciones en mercados internacio-

nales se aconsejan para horizontes temporales de mediano y largo plazo. Nosotros, por ejemplo, los recomendamos para periodos no menores a tres o cuatro años porque son mercados más volátiles y -propio de la volatilidad- la expectativa que uno debería tener es darle al capital un potencial de crecimiento, que las opciones más conservadoras no dan. Las alternativas más conservadoras otorgan una pequeña renta, que se puede maximizar, pero cuando se invierte en un fondo de acciones es porque se está -de alguna manera- esperando absorber las ganancias de capital que las empresas que nuclea ese fondo van a dar con el crecimiento económico; ésa es la diferencia con respecto a los fondos que operan en el mercado.

¿Qué cantidad de clientes tiene hoy, a cuatro años de su lanzamiento en Uruguay, Citicorp Administradora de Inversiones?

Lo medimos a través de las cuentas; una cuenta puede nuclear a más de un cliente: núcleo familiar, cónyuges o amigos, distintos titulares. Hoy manejamos más de 6 500 cuentas. El crecimiento viene siendo exponencial. Hoy estamos en los mejores récords desde que nos iniciamos. Quizás porque con el paso del tiempo hemos tratado de irnos acercando cada vez más a todo el mercado. A la gente que opera con un depósito a plazo fijo o una caja de ahorro nosotros le ofrecemos opciones muy parecidas en las que puede mejorar sustancialmente su nivel de retorno.

El cliente sabe permanentemente cuánto rinde su dinero de una manera transparente. La regulación para las compañías que administran dinero de los clientes, que se concretará a través de la Ley de Inversiones, nos resulta algo beneficioso porque el mercado debe operar con reglas de juego claras. ■

ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y PERFIL DE INVERSORES

Básicamente todos están compuestos por activos del mercado local: títulos públicos (Bonos, Letras), depósitos bancarios, algunas carteras pueden tener componentes de la banca off shore. Nosotros los combinamos, en distintas proporciones, para obtener el objetivo de inversión que el fondo se propone.

En la Cartera Bonos, cuando el cliente opta por ella, el cliente sabe *a priori* que Citicorp puede invertirle el dinero en distintos instrumentos, en su gran mayoría bonos del Tesoro. Esta cartera puede llegar a tener la totalidad de sus inversiones concentradas en bonos del Tesoro, pero depende del mercado. La Cartera Bonos es una de las más agresivas que tenemos, en el buen sentido de la palabra; la recomendamos para el mediano plazo, horizontes no menores al año. El horizonte temporal no equivale al plazo: el cliente no se ata a plazos, pero el horizonte mide el periodo en el cual el cliente debería dejar la inversión para lograr el retorno al que apunta la cartera. El cliente dispone siempre del dinero en periodos muy cortos: salvo en la Cartera Bonos, en las otras tres la disponibilidad total o parcial de la inversión es de 24 horas; en la Cartera Bonos es de siete días. Para el cliente que busca una opción de corto plazo la cartera Bonos quizá no sea lo apropiado, porque tiene un rendimiento esperado muy bueno, en un plazo de más o menos un año.

La Cartera Capital también puede tener Bonos del Tesoro, pero el límite máximo de Bonos que puede poseer es del 25 por ciento. El perfil de esta cartera es más conservador, de más corto plazo, es una inversión que recomendamos para horizontes menores.

La Cartera Capital es una inversión en pesos uruguayos, no obstante lo cual -por el criterio de la diversificación- puede tener una parte en dólares, así como la cartera Bonos puede llegar a tener una pequeña parte en pesos, acotada en el 10 por ciento. El cliente que quiere invertir en bonos, no ha elegido tener la concentración de su dinero en moneda local, pero a veces ésta le puede agregar un valor en determinado momento.

La Cartera Financiera está concentrada en inversiones en pesos y prácticamente en su totalidad en depósitos a plazo fijo en la plaza local, las Letras de Tesorería son de cortísimo plazo y después hay otros instrumentos como certificados del Banco Hipotecario que son de más largo plazo. Es una cartera que la aconsejamos tanto para el corto como para el mediano plazo.

Finalmente, Ahorro Plus Citicorp, es la cartera más conservadora de todas, denominada absolutamente en dólares, que emplea instrumentos que tienen una calidad muy alta por el respaldo de los emisores que garantizan esos instrumentos. Es una inversión que recomendamos tanto para el cortísimo como para el mediano y largo plazo, que se aplica perfectamente para perfiles conservadores que buscan un refugio seguro a sus excedentes, como para empresas, por ejemplo, que a veces buscan inversiones de 30 días porque tienen fondos excedentarios de corto plazo y Ahorro Plus les da una estabilidad importante y un retorno que le agrega valor frente a una cuenta corriente o una caja de ahorro. Esta cartera también da liquidez, que es muy importante para las empresas y les da importantes exoneraciones fiscales por el tipo de activos que involucra.

No existen reivindicaciones laborales, ni sistemas de trabajo, ni condiciones de relacionamiento obrero y empresarial, que tengan la adecuada supervivencia, o existencia real, en medio de las actuales y críticas condiciones. Todas ellas juntas no serán capaces de revertir la situación actual de persistente crecimiento del desempleo, de la insuficiente generación de nuevos puestos de trabajo y de la creciente tendencia a transformar en imposibles los sistemas tradicionales del relacionamiento tradicional estable, permanente, confiable, en cuanto sea posible, frente a los riesgos que las condiciones exógenas de los mercados globalizados puedan hacer incidir en el propio.

Los cambios son de una dinámica y profundidad indiscutibles y ninguna sociedad puede enfrentar con éxito los inevitables riesgos y deterioros en forma individual y aislada. Pero no menos obvio es que nadie, o muy pocos, pudieron imaginar la profunda interacción de los fenómenos que actualmente inciden decisivamente sobre las relaciones laborales y el nivel de empleo que hacen inoperantes, o inadecuados, muchos de los caminos que, con otros parámetros como orientadores, se han definido en la OIT en el pasado.

Hoy las naciones, sus gobiernos y sus actores sociales deben, y así seguramente han procurado hacerlo, encarar los problemas globalmente en la búsqueda de un cambio positivo. Las condiciones actuales difieren grandemente de las del pasado. Han sucedido, y siguen aconteciendo, hechos removedores tanto en el campo ideológico como en el económico, y aun entre el relacionamiento globalizado en varios órdenes. Por ello resulta imprescindible encarar el presente y el futuro próximo atendiendo desafíos y dificultades de carácter extremo con nuevos enfoques, con modernismo y sin posturas demagógicas que agraven aún más las situaciones —puntuales y generales— en aras de ilusorias soluciones cortoplacistas, que no serán otra cosa que un seguro camino hacia el infortunio colectivo.

Creemos que uno de los caminos de básica importancia es que la OIT comience a comprender, y a apoyar, la función que la empresa y el empresario tienen, no solamente dentro de la solución del problema del desempleo, sino también como pilar social. Es indiscutible que la OIT tiene enormes posibilidades de orientar respecto de los temas básicos que inciden en la recuperación del empleo, reconociendo el valor intrínseco de la empresa y la importancia que el empresario tiene como gestor del impulso inicial como generador de empleo genuino, tanto en su acción global como en sus acciones regionales.

La OIT debe, por el bien de todos y por todos los medios, modernizar sus apreciaciones acerca de la realidad del empleo, y por la vía de la adaptación, comprensión y apoyo, transformarse en el verdadero e idóneo defensor de los derechos de los trabajadores, en el sostenedor del empresario forjador de empleo genuino y en el productor de un tipo de relacionamiento que, garantizando los derechos inalienables de quienes asumen el trabajo productivo, asegure o fomente la competitividad que permita su estabilidad.

A los estados, a los trabajadores, a los empresarios, a los otros organismos internacionales o regionales, les corresponde aunar esfuerzos, actuar de buena fe, relacionarse en forma orgánica en el esfuerzo productivo. Para ello se necesitará profundizar en las políticas industriales en el caso concreto de Uruguay, precaverse de las trabas paraarancelarias, convenir trabajadores y empresarios bases de consenso para el desarrollo del trabajo productivo y genuino, desarticular los obstáculos que las ineficiencias del estado provoquen y que lleven a una pérdida de competitividad en la actividad privada y, básicamente, el hacer frente a las dificultades que cada polo productivo deba enfrentar en base a la acción conjunta de sus trabajadores y la empresa, con tecnología, con capacitación, con educación y con el raciocinio y modernismo que las dificultades requieren. ■

La OIT debe apoyar el rol de la empresa

por Ing Jorge Pivel,
delegado ante la OIT

Tanto en la literatura económica como en el lenguaje vulgar se ha ido imponiendo el uso de la expresión "globalización" para referirse a la creciente interdependencia económica existente entre los países y las regiones de todo el mundo. Esta interdependencia se ve reflejada claramente en la cifras del comercio internacional, cuya tasa de crecimiento ha sido en los últimos años muy superior a la registrada en la producción mundial. Por otra parte, se está desarrollando un proceso paralelo de integración internacional productiva, evidenciado por diversos hechos entre los cuales se encuentran el incremento del comercio intrarra, la difusión del fenómeno de la subcontratación internacional y el notable aumento de la inversión externa. En relación al último aspecto mencionado, cabe señalar que, según algunos estudios, la tasa de aumento de las inversiones extranjeras directas ha crecido a partir del año 1985 a una tasa tres veces superior a la de las exportaciones, y cuatro veces superior a la de la producción mundial.

No debe interpretarse esta tendencia como la operación de "recolonización del tercer mundo", a la que se refería Chakravarthi Raghavan en su polémico libro *Un Gatt sin cascabel*, pues el grueso de la inversión directa de los países desarrollados no se canaliza hacia los países subdesarrollados sino hacia otros países desarrollados. En efecto, a principios de los años 90, los miembros de la llamada "tríada" (Japón, Europa, Estados Unidos), si bien concentraban más del 80 por ciento de las salidas de las inversiones extranjeras a nivel mundial, también concentraban el 70 por ciento de las entradas de las mismas.

No cabe duda de que la mundialización de la economía es consecuencia, entre otros, de dos hechos de carácter cultural. Por un lado, la percepción de las ventajas de la libertad de comercio, evidenciada en las rebajas arancelarias dispuestas en las sucesivas rondas del Gatt, y en especial en la última de ellas, la llamada Ronda Uruguay, que culminó con la creación de la OMC (Organización Mundial de Comercio), y en la que se resolvió de una manera directa, aunque sobre la base de criterios gradualistas, el desmantelamiento de los subsidios y de las restricciones no arancelarias. Por otro lado, el extraordinario progreso tecnológico que revolucionó los más diversos aspectos de la actividad humana, incluyendo las comunicaciones y los transportes.

El proceso de globalización implica un cambio muy profundo, con el agravante de que el nuevo mundo hacia el que nos dirigimos es un mundo más dinámico y por tanto menos estable que el anterior. Se trata pues de un cambio hacia un nuevo orden caracterizado precisamente por el cambio permanente.

La aceleración de los procesos de cambio en la sociedad exige un ritmo de adaptación de las personas, empresas, sectores y países que no todos están en condiciones de alcanzar. Por ello, sin perjuicio del progreso general que la globalización ha seguramente de determinar, derivado de la intensificación de los intercambios, de la mayor competencia y del aumento consecuente de la productividad, resulta inevitable la existencia de perjudicados y beneficiados como consecuencia de la misma. Que estemos en-

tre los segundos y no entre los primeros dependerá de factores que no podemos manejar, pero también, y cada vez más, en un mundo donde las ventajas comparativas estáticas han sido desplazadas por las ventajas competitivas dinámicas, de factores que sólo dependen de la actitud que adoptemos.

La globalización aparejará seguramente una modificación en la posición relativa de los agentes económicos, pero no tiene por qué aumentar las desigualdades existentes. El cambio en las posiciones no tiene por qué aumentar la distancia entre éstas. Por otra parte, el papel de los Estados y de los Organismos Internacionales debe ser el de amortiguar los impactos, haciendo menos traumáticas las transformaciones y apoyando la reconversión en los cuatro niveles mencionados (personal, empresarial, nacional y regional).

Si observamos el fenómeno desde el punto de vista de los países subdesarrollados, veremos que la globalización, sin perjuicio de sus peligros, representa una notable oportunidad: la de atraer mayores inversiones directas (con la consiguiente generación de empleos y transferencia tecnológica) y la de permitir un mejor acceso de sus productos a los mercados de los países desarrollados. Es como consecuencia de esa nueva situación más favorable que aparecen ahora denuncias en los países ricos contra los llamados "dumping social", "dumping ecológico" y "dumping político" (a los que nos hemos referido en una nota anterior) practicados, según ellos, por los países subdesarrollados.

La globalización constituye un hecho inevitable y aparentemente irreversible. Pero aunque fuera posible retardar su advenimiento, dicho resultado no podría ser logrado por un país como el nuestro, cuyo peso económico y político es casi nulo en el ámbito internacional, y cuya participación en el comercio mundial es de aproximadamente un 0,05 por ciento.

En definitiva, no se debe adoptar posiciones conservadoras que, percibiendo sólo el aspecto negativo de la globalización, postulan un enfrentamiento al "nuevo modelo" que sólo puede generar frustración y atraso. Tampoco aceptar con resignación lo inevitable, pero sin la dosis de entusiasmo y optimismo necesaria para afrontar el difícil desafío.

La globalización, con todos sus bemoles, nos enfrenta a un mundo apasionante, caracterizado por la apertura de un horizonte ilimitado de posibilidades. Recibirla con alegría no significa que se esté dispuesto a renunciar a ningún valor superior, ni a admitir que se deje librados a su propia suerte a los rezagados. Rubens Ricúpero, secretario general de la Unctad, luego de coincidir con Butros Ghali en que la unificación de los mercados es una realidad irreversible, propuso recientemente que el organismo que integra se convierta en la conciencia mundial del desarrollo, para evitar que la globalización aumente las diferencias entre las naciones, agregando que dicho organismo debe aprovechar las oportunidades y minimizar los riesgos que puedan derivarse de ese fenómeno, especialmente para los Estados más vulnerables. ■

La globalización económica: luces y sombras

por el Dr. E. Xavier de Mello



ECONOMÍA

Asesor General: Cr. Carlos Corti - Columnistas: Cr. Alberto Bensión, Cr. Ricardo Pascale, Cr. Gustavo Licandro, Cr. Eduardo Cobas, Cr. Carlos Stenery, Cr. Daniel Vaz, Cr. Alejandro Ramos, Cr. Nelson Noya, Cr. José María Puppo, Cr. Kenneth Coates, Dr. Eugenio Xavier De Mello y Cr. Rubén Tansini - Información Financiera: Bolsa de Valores de Montevideo- Producción de Indicadores: Sebastián Vallejo- Empresas: Sonia Casaretto.