



SAN JOSÉ EMPRESARIAL

REVISTA INFORMATIVA MENSUAL

19 DE JUNIO DIA DE LOS ABUELOS



| NOTA SOCIO DEL MES / GRANJA SAN JOSE



MARCRE

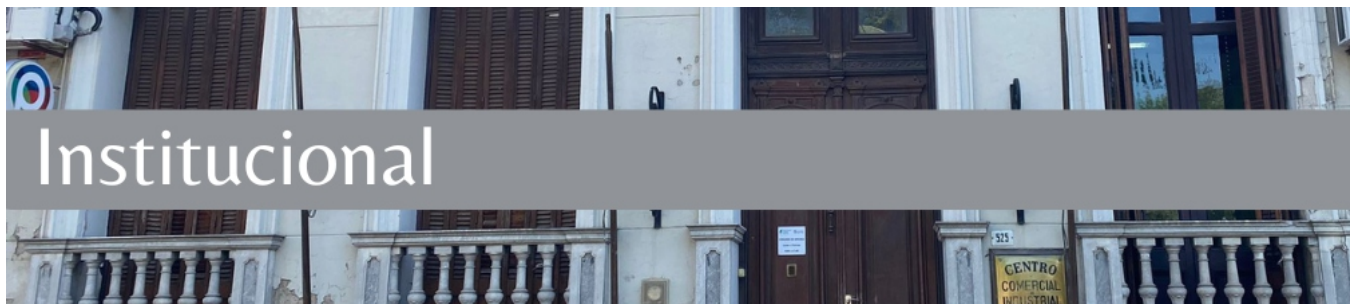
El Crédito de San José

www.marcre.com.uy

4342 6020

📞 098 728 606

NÚMERO 216 • JUNIO 2025
CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SAN JOSÉ



Institucional

¿QUIENES SOMOS?

El Centro Comercial e Industrial de San José es una institución gremial, social y de servicios que representa al sector privado empresarial del departamento desde el año 1911. Promueve la profesionalización del empresario maragato, brindando soporte para el desarrollo emprendedor.

VISIÓN

Como referente empresarial en la sociedad maragata, buscamos articular acciones para lograr el entendimiento entre todas las partes interesadas. Trabajar para lograr el bien común a través de proyectos generadores de desarrollo y de trabajo genuino de calidad. Generar valor en nuestras actividades y potenciar el desarrollo productivo departamental.

MISIÓN

Defender al sector empresarial formal, procurando conocer las inquietudes del socio para anticiparse a los cambios que lo afectan. Realizar una comunicación efectiva y poner a disposición de los empresarios, las herramientas que le permitan profesionalizarse y ser sustentables en el tiempo. Actuar de manera transparente. Promover el sentido de pertenencia, la solidaridad, la identidad y la responsabilidad social empresarial entre nuestros integrantes.

NUESTROS SERVICIOS

SERVICIOS GREMIALES

- Actividades de capacitación y fortalecimiento empresarial.
- Diseño y publicación de llamados laborales
- Asesoramiento económico y tributario.
- Acceso a convenios con importantes beneficios.
- Campañas de apoyo al comercio local.
- Sala de conferencias / Sala de reuniones.

SERVICIOS DE GESTORÍA

- Servicio de contabilidad.
- Liquidación y pagos ante BPS, DGI, MTSS.
- Liquidación de sueldos y jornales.
- Asesoramiento de Contador Público.

CONTACTOS

-  www.ccisanjose.com.uy
-  info@ccisanjose.com.uy
-  4342 2052
-  092 373 561

OFICINA Y HORARIOS

-  Artigas 525, San José
-  Lunes a Viernes
de 8:00 a 16:00



Noticias de interés general



CAMPAÑA MANTAS SOLIDARIAS 2025

**CONFECCIÓN DE MANTAS A PARTIR DE
CUADRADOS DE CROCHET, TEJIDO O TELA POLAR**

**Se reciben donaciones de materiales
(lana o tejidos de lana) y cuadrados de
20 por 20 centímetros**

Lugar de recepción:

**Dirección General de Políticas Sociales
(ex estación de AFE – San José de Mayo)
De lunes a viernes, de 09:00 a 15:00 horas
Más información: 4342 9000 interno 1290**



**Intendencia
de San José**



Nota a socio del mes

Reflotar la marca y honrar las raíces: el desafío de la nueva generación en Granja San José

Por Diego Casco Dabosio

Mercedes Rodríguez Calvete repasó la historia de Granja San José, empresa familiar que nació en 1963 con su abuelo y atravesó profundas transformaciones, desde la producción de salames hasta convertirse en referente en jamón cocido certificado. Tras la crisis de 2002, la firma se volcó a la producción a fañón y hoy busca reposicionar su marca con fuerza de trabajo local y el impulso de una nueva generación.

¿Cómo comienza Granja San José?

Es una empresa que tiene mucha historia. La empezó mi abuelo Mario en 1963. En aquellos años comenzó con unos socios, luego se quedó el con la empresa. Inició con toda la cadena productiva, tenía desde la cría cerdos y vacunos, matadero y luego toda la elaboración de chacinados. Con el tiempo y por temas de productividad nos quedamos solo con la planta de elaboración de chacinados.

Mi abuelo es descendiente de gallegos, su padre vino de España y su madre era argentina y tengo los cuentos de él, que desde chiquito como mucha gente en esa época empezaba a hacer alguna cosa desde chico, como repartiendo leche desde los 12 años en el caso de él.

En este predio donde funciona Granja San José funcionaba una quesería que se llamaba La Candelaria. El abuelo fue siempre muy



Granja San José - Mercedes Rodríguez

emprendedor y buscándole la vuelta para proveer a su familia sin duda y tratando de crecer rebuscándose. En aquel momento mis abuelos y mi madre y mis tías vivieron acá y en Nueva Helvecia. Incluso cuando mi abuelo empezó a desarrollar toda la planta vivieron acá en el mismo establecimiento donde está la planta.

PAPELERÍA COMERCIAL - TARJETERÍA - AFICHES - VOLANTES - BANDERAS
REMERAS - BANDERINES - IMPRESIÓN DE UNIFORMES - CARTELERÍA PUBLICITARIA
ADHESIVOS PUBLICITARIOS - IMPRESOS SOBRE TODO TIPO DE MATERIALES

*Nuestro mejor logro
es su satisfacción*

099 174 901
098 073 898
4342 5415

DEL PARQUE

impresoradelparque@gmail.com

FRANCISCO ESPINOLA Y POMPILIO GARCIA - PARQUE RODO - SAN JOSÉ

Nota a socio del mes

A partir de esos trabajos que el hacía en vinculación con el campo y la producción se le fue dando a través de conocidos la posibilidad de arrancar con lo propio y fue encontrando la oportunidad.

¿Qué caracteriza a la empresa?

Como lo sigue siendo hasta ahora, una empresa fundamentalmente familiar. Siempre ha sido así. Con el correr de los años fuimos varios los integrantes de la familia que estuvimos metidos y al final quedamos mi hermano y yo, que somos los hijos de la hermana mayor de mi abuelo.

Esto sigue siendo una apuesta por el valor de lo familiar, nacional 100% y siempre con la expectativa de crecer y seguir avanzando.

Con el tiempo se hacen cargo tus padres y se moderniza tecnológicamente.

Cuando fallece mi abuelo en el 89 se hace cargo mi madre, hija de mi abuelo, y con mi padre también armaron equipo y le metieron para adelante en todo el desarrollo de la empresa y a profesionalizar toda la sección de jamonería principalmente ya que lo que estaba más desarrollado por mi abuelo fue toda la parte de salames, de secos. En su momento, por los 90 se invirtió mucho en maquinaria, tecnología e investigación y le pusieron ímpetu al desarrollo de la jamonería.

Eso fue más por empuje de mis padres, viendo



hacia afuera cómo se desarrollaba toda la industria. Ellos por el año 96 fueron a una feria internacional que se hace cada dos años en Alemania y ahí se les abrió el mundo. Encontraron mucha información y mi viejo vio que la industria apuntaba a la jamonería. Porque nosotros tenemos el concepto del jamón cocido únicamente, pero además del jamón cocido tanto para arriba como para abajo se pueden generar distintos procesos y variaciones del producto, distintas combinaciones. Apuntó a eso. Además en ese momento estaba comenzando todo el tema de las certificaciones con LATU y Granja San José fue la única empresa certificada en el proceso de elaboración del jamón. Son certificaciones que permiten darle un prestigio a la marca y para eso hubo una auditoría que trabajó acá en conjunto con el LATU, para desarrollar esos procesos de calidad.



La Colonial

Panadería - Confitería - Fábrica de pastas

Colón 716 - Tel.: 4342 9106






Nota a socio del mes

¿Como afectó la crisis de fines de los 90 y principios de los 2000?

Como todo, en la historia país no cayó la aftosa y la crisis financiera y eso nos afectó directamente. Todo comenzó con el cierre de fronteras a causa de la aftosa en 1998. Y nosotros en materia de jamonería, mucha gente no lo sabe, pero en Uruguay se trabaja principalmente con carne de cerdo importada. La carne viene para elaborar los productos que hacemos acá. Esto pasa en todas las empresas. Porque la materia prima, lo que es carne de cerdo de Brasil, es mucho más estandarizada, los precios son más bajos, hay menos merma de carne, entonces es lo más rentable.

Entonces en aquel entonces se cerró frontera. No ingresaba carne, no teníamos materia prima. Se empezó a complicar por ahí, luego vino el tema de los bancos, nosotros trabajábamos con importación, créditos bancarios y demás. Eso cayó todo. Y generó un problema fuerte, y ahí es cuando la empresa se tuvo que reestructurar.

¿Cómo fue esa reestructura?

Hasta ese momento teníamos toda la cadena. Aunque el matadero y faena se había cerrado poco tiempo después de fallecer mi abuelo. Pero cuando arrancaron mis padres con la importación de carne estaba, además de la importación, la elaboración y la venta, toda la parte comercial además de la industrial.



Pero con la crisis no se pudo sostener toda esa estructura de ventas.

Con todo lo que implica cada área, en materia de recursos humanos, logística, coordinaciones con las otras área de la empresa.

Todo. Fue una reestructura fuerte y tuvo sus coletazos durante mucho tiempo. Porque básicamente la empresa se fundió. Y así y todo se mantuvo.

¿Y cómo se logra eso?

Tenés que estar convencido de que los vas a sacar adelante. Eso fue lo que hicieron mis padres, a puro convencimiento y honestidad pura. Ellos lo que lograron fue a pura confianza con proveedores y clientes, de decir yo voy a seguir trabajando, con empleados, te voy a pagar, bancame en esta. Y diciéndoles a todos que quiero seguir porque vivo de esto también.

TODO LO QUE UD. NECESITA EN:

JARDINERÍA

MOTOSIERRAS

DESMALAZADORAS

HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

TORNILLERÍA

ASESORAMIENTO
TÉCNICO



FERRETERÍA
Durán

ARTIGAS Y BENGUA

4342 2106

*Más de 90 años
a su servicio*

Nota a socio del mes

Es interesante como en los momentos complejos aflora la importancia de lo humano y de haber construido esa confianza.

Sin duda. Porque tenés que hablar con la persona y mirarla a los ojos. Con honestidad decirle yo acá no estoy para embromar a nadie, no estoy para ventajear a nadie, quiero trabajar, quiero pagar como corresponde, quiero seguir funcionando, generando trabajo. Y así fue como lo sostuvieron mis padres. Precisamente, ellos se habían ganado una reputación y fue lo que permitió que muchos los ayudaran, porque hubo proveedores que se bancaron que no les pagaran por mucho tiempo y que les dijeron bueno, yo apuesto a que ustedes van a salir adelante. Y así fue.

La garantía fue la palabra.

Totalmente. El honor y que la palabra vale. Y fue una enseñanza eso, porque fue duro, se vivió con mucho sacrificio.

Además una incertidumbre importante porque no sabés hasta cuando va a durar.

Lo único que sabés es que tenés que seguir adelante buscándole la vuelta, y así fue lo que hicieron. Y justamente, en ese momento en que había que reestructurar porque esto así no se podía sostener, fue pensar qué hacemos.



¿Qué pasos se dieron a partir de allí?

Entonces el local de ventas se puso en alquiler, se redujo la producción. Y la fábrica quedaba con capacidad ociosa, pero no puedo trabajar un día, hacer lo que tengo para hacer y cerrar, porque tengo muchos costos fijos que hay que mantenerlos para que la empresa se mantenga abierta. Entonces hubo que buscar gente para seguir la producción. Así fue que se dedicaron a la fason, a brindar mano de obra, yo acá te vendo mano de obra, vos me traés tu carne, tus insumos, tu marca, yo te lo elaboro y vos lo vendés.

Ofrecieron tercerizar esa tarea.

Exacto. Elaborar productos para terceros. Y eso fue lo que nos permitió seguir funcionando. Siempre mantuvimos nuestra marca, sobre todo después del 2000 nuestra marca mermó en el mercado, por eso hoy en día quizás mucha gente no tiene tan fuerte el nombre Granja San José como en aquel momento. Igual en el rubro queda latente. Pero en

Bolsas - Bandejas - Papeles descartables en general
Ventas por mayor y menor

Soluciones en empaques

HERRERA 558 entre 25 de mayo y Sarandí

📞 4342 6244 📞 098 391 205

POLÍ PLAST



Nota a socio del mes

el común de la gente todavía no suena tanto. Porque nuestros productos quedaron relegados y empezamos a elaborar para otras marcas. Eso sigue en parte actualmente.

¿Volver a posicionarse es un objetivo?

En esta nueva etapa con mi hermano seguimos con la idea de reflotar la marca. Ese es el objetivo. Uno de los más cercanos que me gustaría concretar es que sea la marca de chacinados más vendida en el departamento, porque además lleva el nombre de San José. Es Granja San José. Y de hecho el nuevo diseño del logo es retomando algunos símbolos que recuerdan a la bandera, porque tiene el sol y otras reminiscencias de eso. Entonces tiene como una intención de homenajear al departamento. Que de hecho hemos estado siempre acá, los trabajadores son de acá de la zona, o de Ecilda o San José de Mayo y alguno de Nueva Helvecia. Son migraciones constantes de gente que se vuelve de Montevideo a buscar laburo acá y seguimos siendo de las pocas industrias de la zona que se sigue manteniendo.

Hacia allí está la mirada de futuro entonces.

Gracias a la fasón podemos mantener la producción de la planta, entonces de a poquito cada vez estamos colocando más kilos de nuestra marca, por lo que estamos tratando de ocupar esa capacidad de la planta con lo nuestro. Es un trabajo de hormiga,

porque implica volver al mercado, en un escenario donde hay muchas marcas super establecidas. Pero de a poquito se logra y en eso estamos.

Un aspecto positivo es que no son una firma que haya aparecido hace poco, sino que ya tienen su trayectoria.

Claro. Y eso es parte de nuestra comunicación. Nosotros no llegamos de la nada y se nos ocurrió hacer un salame o un jamón. Y me parece que es importante comunicarle eso a la gente. Que somos industria nacional, con fuerza de trabajo local y que quiere seguir dando trabajo y metiéndole al país en definitiva. Como desde hace décadas.

¿Cómo ha sido el vínculo con el Centro Comercial?

Nosotros a nivel administrativo nos ha servido hacer llamado por puestos laborales, además de algunas consultas administrativas por temas de BPS o MTSS, es por esas cuestiones que los tenemos de apoyo. Para todo lo que es dudas es que recurrimos al Centro Comercial. No estamos mismo en San José de Mayo, que es donde está la sede, pero nos manejamos vía telefónica y ahora que están las redes ni que hablar, nos ha servido para eso. Abrir los llamados por cambios de personal que hemos tenido.



098 652 956



imprenta_lacanasta



Asamblea esq. Rincón

Impresiones en General
Papelería - Sellos de Goma
Artículos de Oficina
Librería

DESCUENTO ESPECIAL A SOCIOS
DEL CENTRO COMERCIAL

Convenios

 Descuentos en los tickets de los medicamentos; sin pago de órdenes para médicos.	 Descuento del 20% en seguros de automóviles.	 Descuentos en las tarifas del Parque de Vacaciones.
 Descuento del 15% sobre el precio fijado en la tarifa Ventas Crédito vigente, en cartas simples, cartas certificadas y paquetes a nivel nacional.	 Descuento del 25 % en cursos que dicte Fundasol. Descuento del 10% en los servicios de Formación en la Empresa. Tasas de interés preferencial en microcréditos.	 Descuento del 50% para mayores y un 55 % a menores de 14 años sobre el costo particular.
 Financiamiento para ventas, de entre \$3.000 a \$37.000 hasta en 18 cuotas, con las siguientes ventajas: 1) no tiene arancel para el comercio, 2) el pago se hace entre las 48 a 72 hs desde que se envían los documentos, a través del BROU.	 Descuentos del 15% del precio de lista en su producto Compañía Calificada, 15% del precio de lista en el producto Grupo Familiar.	 Tarifa rebajada con derecho a 8 hs de servicio. En cualquier otra cobertura se otorga un descuento del 20% en la cuota estándar.
 Para hijos de asociados: descuento del 25% en carreras Universitarias, Postgrados y Maestrías, y el 30% en Carreras Técnicas.	 Para empresas socias y funcionarios directos: descuento del 10% en servicio fúnebres y de cremación.	 Clases de manejo. Descuento del 30% en la primera clase. Beneficio para empresarios socios, sus familiares directos, y funcionarios directos.
 Una empresa Abitab Rebaja de 2 puntos en las tasas de interés anual aplicadas para las operaciones en moneda nacional. Participación de charlas de mercado organizadas de común acuerdo entre el CCSJ y Cambilex. Los socios contarán con usuario de ID digital, sin costo alguno para el usuario.	 Descuento del 30% y 2x1 en lentes recetados. 15% de descuento en lentes de sol. 15% de descuento en lentes de contacto y productos de mantenimiento.	 10 % de Descuento en todo PAPELERÍA, y 15 % de Descuento en impresos. Los descuentos no son acumulables con otras promociones, y se hacen efectivos con el pago en CONTADO EFECTIVO O DEBITO.



Noticias de interés general

CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE LA OCTAVA EDICIÓN DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO

En 2024, la economía de Uruguay experimentó una recuperación tras un crecimiento moderado en 2023, impulsado por la superación de una severa situación de los factores climáticos que afectaron negativamente no sólo al sector agropecuario sino también al sector comercio y servicios. Se vio una mejora en el mercado laboral y una inflación dentro del rango objetivo del Banco Central de Uruguay que respaldaron este crecimiento.

Concretamente, si se observa la encuesta en sí se constata que los niveles del mercado laboral del 2024 están muy similares a los que se observaban en 2023. Podemos visualizar que en cuanto a la contratación de personal durante el año cerrado 2024 están idénticos a los niveles observados en el 2023, un 37% de las empresas encuestadas declara haber contratado personal durante el año pasado y se vuelve a repetir la causa por la cual contrató personal (Renuncia de empleados). Además este nivel es notoriamente mejor a los identificados en años anteriores, en los que se visualizaban valores entorno del 20% aproximadamente, incluso menores en la pandemia.

En cuanto a los ingresos brutos se visualiza que a lo largo de los años se sigue repitiendo el patrón de que la mayor parte de las empresas encuentran que sus ingresos brutos se mantuvieron iguales que el periodo inmediatamente anterior. Sin embargo, lo que si se pudo observar fue que las empresas que identifican que sus ingresos brutos son mayores son un menor porcentaje del total de



la muestra (27%) de lo que se observaba en el periodo anterior (35%). Si realizamos un análisis mas exhaustivo del total de las empresas que respondieron, se observa que Comercio y Servicios encuentra resultados más adversos que el sector Agro en cuanto a los ingresos brutos del año cerrado 2024.

En cuanto al endeudamiento se puede observar que las empresas del sector Agropecuario continúan endeudándose mayoritariamente en dólares, a diferencia de las empresas del sector Comercio y Servicios que continúan prefiriendo la deuda en pesos. Este dato se ha repetido edición tras edición del Observatorio Económico.

Otro factor que viene repitiéndose en las ultimas tres ediciones son los principales problemas que enfrentan las empresas. Se observa que Costos fijos/pago de impuestos, Descenso de niveles de venta y Competencia desleal continúan siendo los 3 problemas que más enfrentaron las empresas en 2024. Estos 3 problemas eran también los principales que enfrentaban las empresas en 2023.

Noticias de interés general

El Observatorio Económico de San José continúa consolidándose como una herramienta estratégica para fomentar el desarrollo económico sostenible y mejorar la calidad de vida de la población del departamento. Su propósito sigue siendo brindar información confiable, análisis riguroso y datos relevantes sobre la dinámica económica local, con el fin de identificar oportunidades, anticipar desafíos y promover políticas públicas que estimulen un crecimiento equitativo.

Durante 2024, el contexto económico del departamento de San José ha estado en línea con la recuperación general observada en Uruguay. Tras un 2023 marcado por una fuerte desaceleración debido a la sequía y a un contexto internacional desafiante, la economía mostró señales de reactivación impulsadas por el repunte del sector agropecuario, la mejora del consumo privado y una mayor estabilidad en el mercado laboral. San José, con una base productiva fuertemente vinculada a la agricultura y la agroindustria, se benefició directamente de esta recuperación, lo que permitió dinamizar la actividad económica local, especialmente en el interior del departamento.

En este nuevo escenario, la transformación digital aparece como un eje clave para aumentar la competitividad y eficiencia de las empresas locales,

en particular de las micro, pequeñas y medianas. La incorporación de tecnologías digitales en los procesos productivos, logísticos y comerciales puede ser determinante para abrir nuevos mercados, mejorar la productividad y adaptarse a las nuevas demandas del consumidor.

En este sentido, las gremiales empresariales y productivas del departamento tienen un rol fundamental como agentes dinamizadores del cambio, impulsando instancias de formación, asesoramiento y acompañamiento para que sus asociados puedan transitar con éxito la digitalización. Asimismo, pueden actuar como puente entre el sector público, el sector privado y el ecosistema emprendedor, promoviendo sinergias que fortalezcan la innovación y el desarrollo territorial.

Si bien la recuperación económica marca una tendencia positiva, aún persisten desafíos estructurales que requieren atención, como la necesidad de diversificar la matriz productiva, mejorar la infraestructura y fomentar el talento local. En este contexto, el rol del Observatorio es clave para proporcionar evidencia que oriente decisiones públicas y privadas en favor de un desarrollo más inclusivo, resiliente y adaptado a los desafíos del siglo XXI.



**Banca de Cubierta Colectiva
de Quinielas de San José**



Entre socios y anécdotas: cuatro años de compromiso



Más de una vez, estimado lector, se habrá preguntado ¿quién hace estas notas? Si bien acá nos conocemos porque San José es chico, y la firma de quien escribe figura en la entrevistas, queremos tomarnos la libertad sólo por esta vez de presentarnos.

Quienes abrazamos el periodismo como profesión, medio de vida y hasta como hobby, tenemos claro que la tarea nunca debe ser autorreferencial. El periodista siempre es un espectador de lujo, que lleva la noticia de la forma más adecuada posible al resto de la comunidad, pero nunca debe ser el centro de la noticia en sí mismo. Por eso no aparecemos en la foto y la herramienta de la opinión tratamos de usarla lo mínimo indispensable.

Dicho esto, ¿qué motiva este rapto de protagonismo que estamos teniendo?

En la presente edición de la revista del Centro Comercial e Industrial de San José, este equipo llega a los cuatro años de tarea prácticamente ininterrumpida, llevándoles mes a mes las historias

de los socios que hacen parte de esta señora institución local.

Comenzamos en un ahora lejano mayo de 2021, mayo de tapabocas, alcohol en gel y restricciones de aforo, y desde aquel momento el objetivo se ha mantenido intacto: recordar historias, anécdotas, personas que hoy ya no están, otras que si, pero fundamentalmente conocer la trayectoria de algunas de las firmas que componen el ecosistema empresarial de San José. A estos objetivos se le puede sumar otro, no menos importante: inspirar. Porque para animarse es importante saber que otros ya lo han hecho y sobre todo, cómo lo hicieron y cómo lograron que les fuera bien.

Algunos comenzaron totalmente desde cero, otros tuvieron la suerte de contar con algún “empujón” en el arranque, algunos se han emocionado casi hasta las lágrimas, otros han enumerado una por una las ventajas de su producto.



La historia que usted leerá en la edición de hoy es la número 44. Por eso queremos enviar a todos los comerciantes que nos han abierto las puertas para compartir su vida (porque sus comercios son parte de sus vidas), un enorme agradecimiento. Corresponde uno igual de grande para el Centro Comercial e Industrial de San José, que aún con cambios en su directiva y su equipo de trabajo, sigue confiando mes a mes en nuestro trabajo. Una confianza que en tiempos de principios descartables y a veces excesiva tecnología, se valora el doble. Y por supuesto, a usted lector, ya sea por leer únicamente la edición de hoy o por haber leído las 43 anteriores. Ese simple acto es lo que le da una razón de ser a lo que en este momento tiene en sus manos.

Diego Casco Dabosio

Tiene 36 años y es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República. Fue becario de comunicación en la Intendencia de

Montevideo, periodista en Emisora Principal, locutor en Radio 41 y conductor de informativo en Otra Cabeza y Visión Ciudadana. Desde 2013 escribe en el diario Primera Hora e integra desde 2023 la Unidad de Comunicación de la Universidad Tecnológica (UTEC).

Se encarga de la coordinación, entrevistas y redacción de textos.

Mario Dutruel

Tiene 28 años y es estudiante avanzado de la Licenciatura en Artes en el área de Fotografía por la Universidad de la República. Se ha desempeñado como operador de puesta al aire y camarógrafo en Otra Cabeza y trabaja como fotógrafo, videógrafo y editor independiente.

Se encarga de la grabación y edición de las entrevistas.





DISTRIBUIDORA
Echedo
Nuestra trayectoria nos identifica

FonoPedido: 4342 6441
Tel. adm.: 4343 1384
E-mail: echedo@adinet.com.uy
Ansina y Artigas

Noticias de interés general



Oportuna
Consultoría - Investigación



Oportuna
Formación - Capacitación

IMPULSAMOS TU DESARROLLO PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

En **Oportuna** te acompañamos a crecer. Brindamos consultoría empresarial en diversas áreas clave, además de formación medida para empresarios y trabajadores en finanzas, logística y digitales. También desarrollamos estudios de mercado para impulsar decisiones informadas y mejorar la competitividad empresarial.



Asesoramiento en finanzas, logística y marketing



Talleres y capacitaciones para empresarios y trabajadores



Investigación y análisis de mercado



Cursos, capacitaciones y eventos 100% virtuales

¡CONTACTANOS Y HACÉ CRECER TU POTENCIAL!



092 687 574

✉ info@oportunaconsultores.com



www.oportunaconsultores.com



www.oportuna.edu.uy

Noticias de interés general

Tendencias de consumo día de la Madre 2025

En el marco de la celebración del Día de la Madre 2025, la Cámara de la Economía Digital del Uruguay y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, realizaron en conjunto un nuevo relevamiento con el objetivo de conocer en detalle el comportamiento del consumidor en estas fechas comerciales.

Comportamiento general de compra

Los resultados revelan que el Día de la Madre continúa siendo una fecha de alto impacto comercial: el 71% de los encuestados declaró celebrar y comprar regalos de forma habitual, mientras que un 21% lo hace en algunas ocasiones y apenas un 8% nunca participa de esta tradición. En esta edición, el 75% de las personas afirmó haber realizado al menos una compra para la ocasión, cifra que se mantuvo estable respecto al año anterior.

Canales de búsqueda y compra

En cuanto a los canales utilizados para la adquisición de regalos, el 72% de las compras se concretaron en locales comerciales físicos. De este total, el 45% buscó y compró directamente en el local, y un 27% utilizó canales digitales solo para la búsqueda, finalizando la compra en el punto de venta. Por otro lado, el 28% realizó la compra por medios digitales, siendo el 26% quienes tanto buscaron como compraron online, y apenas un 2% realizó la búsqueda en tiendas físicas pero concretó la compra



en línea. Cabe destacar que, independientemente del canal de compra, el 53% de las personas realizó la búsqueda del producto a través de plataformas digitales, consolidando el canal online como una herramienta clave en el proceso de decisión. Entre quienes optaron por locales físicos, los principales puntos de compra fueron los shoppings (39%), seguidos por los locales de avenidas comerciales (37%) y, en menor medida, supermercados (11%) y comercios barriales o ferias (13%). Por su parte, en el canal digital, el 58% eligió tiendas online propias del comercio, el 31% utilizó marketplaces locales y el 8% realizó compras mediante redes sociales u otros medios. La participación de marketplaces internacionales fue marginal (3%).

**¿NECESITAS
FINANCIAMIENTO?**

**Pensá en Marcre!
Somos tu Solución
Financiera!**

► Contamos con un servicio de descuento de cheques, rápido y sin tramites.

Contactos: ✉ info@marcre.com.uy ☎ 098 728 611



MARCRE

Noticias de interés general

Anticipación, gasto y medios de pago

El momento de compra también reflejó ciertos patrones consistentes con años anteriores: el 55% compró con una semana de anticipación, mientras que un 39% lo hizo el día previo. En relación al gasto promedio, el 34% de los compradores invirtió más de \$2.000 por regalo. Otros rangos de gasto se distribuyeron en forma bastante equilibrada: un 27% gastó entre \$1.000 y \$1.500; un 18% entre \$1.500 y \$2.000; y un 20% menos de \$1.000. Consultados sobre el presupuesto destinado este año frente al anterior, el 55% indicó que se mantuvo igual, mientras que el 30% lo incrementó y un 15% realizó un ajuste a la baja. Respecto a los medios de pago, no se registraron grandes cambios en comparación con relevamientos anteriores. La tarjeta de crédito volvió a ser el método más utilizado (55%), seguida por la tarjeta de débito (27%), el efectivo (14%), transferencias bancarias (3%) y canjes de puntos de fidelidad (1%).

Tipos de productos y experiencia de compra

Las categorías de productos más demandadas fueron, una vez más, vestimenta, calzado y accesorios, seguidas por perfumería y cosmética. En un segundo plano se ubicaron artículos para el hogar y decoración, y productos electrónicos. Al momento de decidir la compra, los factores que más influyeron fueron la utilidad del regalo, el precio y la calidad del producto. Otros aspectos como la marca o los materiales tuvieron menor incidencia en la decisión final. Finalmente, la evaluación general de la experiencia de compra fue ampliamente positiva. El 45% de los encuestados la calificó como muy buena, y un 50% como buena, lo que suma un 95% de satisfacción.

Solo un 5% consideró que la experiencia fue regular, sin registrarse opiniones negativas.

Consideraciones finales

Este estudio reafirma la importancia del Día de la Madre como evento comercial en Uruguay, así como la consolidación del canal digital como herramienta clave en el proceso de búsqueda, aunque la mayoría de las compras aún se realizan en locales físicos. También se observa una estabilidad en los hábitos de compra y medios de pago, junto con un alto nivel de satisfacción del consumidor.




SERVICIOS

- Alineación
 - tren delantero
 - tren trasero
 - 3er eje
- Balanceo
- Mecánica ligera
- Cambio de aceite
- Cambio de filtros
- Revisión general del vehículo

EL MEJOR SERVICIO
AL MEJOR PRECIO





 **Ruta 3 km 90.500 - San José - 4342 5141**

Noticias de interés general

todoficina

Elite
PROFESSIONAL

DISTRIBUIDOR

Nestlé
DISTRIBUIDOR

STUDMARK®

IMPORTA Y REPRESENTA

**¡TODO LO QUE NECESITAS
EN UN SOLO LUGAR!**



www.todoficina.com.uy



todoficina_uy



jderitis@todoficina.com.uy



092 257 807

BIC fanacopy Report **vileda** **CASIO** **edding** **PILOT**

Vencimientos

1. VENCIMIENTOS DGI 2025

Mes de pago	CEDE	NO CEDE	Pequeña empresa (IVA mínimo)
Enero	22	27	20
Febrero	24	25	20
Marzo	24	25	20
Abril	23	25	21
Mayo	22	26	20
Junio	23	25	20
Julio	22	25	21
Agosto	22	26	20
Setiembre	22	25	22
Octubre	22	27	20
Noviembre	24	25	20
Diciembre	22	26	22

2. VENCIMIENTOS BPS 2025

EMPRESAS CON EMPLEADOS

Mes de pago	Dígitos 0-1-2-3-4	Dígitos 5-6-7-8-9
Enero	17	20
Febrero	17	18
Marzo	19	20
Abril	22	23
Mayo	16	19
Junio	16	17
Julio	15	16
Agosto	15	18
Setiembre	15	16
Octubre	15	16
Noviembre	17	18
Diciembre	15	16

EMPRESAS PATRON SOLO

Mes de pago	Todos los dígitos
Enero	23
Febrero	21
Marzo	25
Abril	25
Mayo	22
Junio	23
Julio	22
Agosto	21
Setiembre	19
Octubre	21
Noviembre	21
Diciembre	19

FONASA SERV. PERSONALES

Mes de pago	Todos los dígitos
Enero	27
Marzo	25
Mayo	26
Julio	25
Setiembre	25
Noviembre	25

CAMBIO

Dirección: 25 DE MAYO 560

Tels: 4342 5159 - 4342 7389

Ciudad: San José de Mayo

UP URUPAGO
RED DE COBRANZA

CAMBIO
HERRERA 201

Dir: HERRERA 201 / Tel: 4342 9377

Ciudad: San José de Mayo

Red Nacional de Cobranza

redpagos

Aniversario de empresas

FELICITAMOS A LOS SIGUIENTES SOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL DE SAN JOSÉ POR SU ANIVERSARIO:

JUNIO

- ADRIAN RODRIGUEZ
- AGUSTIN ESTECHE
- ALARMAS R3
- AUTOCONFIANZA
- BMG BALZANI MUSIC GROUP
- CARNICERIA DIGUI
- CARNICERIA LA PROA
- CASA DOMINGA
- CLAUDIA ECHEVERRY
- COOPERATIVA CASH
- DISTRIBUIDORA CONAPROLE
- EDUARDO BENITEZ

JUNIO

- FM PRINCIPAL
- FUNDASOL
- GABRIELA VIÑA
- GLORIA DIAZ
- IMPRENTA LA CANASTA
- INMOBILIARIA DIEGO PERDOMO
- NORBERTO IBARRA
- OPTICA OBELAR
- PETTENUZZO HNOS
- RUBEN SUAREZ INSTALACIONES
- TAXI 26000
- VIOLETA COSMETICOS



Avda. Manuel D. Rodríguez
y Larriera
Tel. 4342 1390



Sucursal: Herrera y Artigas
Frente a
Plaza 4 de Octubre



Abitab San José

2 LOCALES - UN MISMO SERVICIO

CAMBIO
CAMBIOEXSA, EMPRESA DE SERVICIOS FINANCIEROS



Abitab

Abitab

**NOS MUDAMOS A
UN NUEVO LOCAL!**

18 DE JULIO ESQUINA
TREINTA Y TRES



Ahora en este local
contamos con un
NUEVO SERVICIO:



**SOLICITUD DE
DESCUENTO
DE DOCUMENTOS**

Tasas accesibles y procesos
fáciles que garantizan
acompañar los tiempos
que necesites.

Todo con el respaldo de CAMBIOEX.

cambilex

Una empresa Abitab

PAGUE AQUÍ
- CUOTA MUTUAL
- ÓRDENES Y TICKETS
- MEDICAMENTOS

AMSJ
ASOCIACION MEDICA

✓ 18 DE JULIO Y TREINTA Y TRES
TEL: 4344 1833 - 4342 8413

✓ HERRERA Y TREINTA Y TRES
TEL: 4342 3117 - 4343 1873