

CambaduHOY

Año 21, Edición No. 257 - Mayo 2021 - www.cambadu.com.uy

Nuestro Servicio Contable te conviene



Probá la nueva



NUEVO
GRAN
SABOR

Sin Azúcar

El ataque a los gastronómicos, un daño injusto



No voy a entrar en detalles respecto de la gravedad de la pandemia que nos asola, debemos hacer los máximos esfuerzos por preservarnos, y así lo comuniqué en el editorial de la edición pasada.

Creo que a esta altura de los acontecimientos todos tenemos un caso cercano de personas seriamente afectadas por el Covid-19, por lo que han ido desapareciendo las voces negacionistas y conspiratorias.

Ya son demasiados los casos de personas en edad joven, con buen estado de salud, y padres de hijos pequeños, que lamentablemente fallecieron, o quedaron con secuelas complejas luego de luchar contra el Covid-19.

Dicho esto, también hay que preservar las empresas, porque sin empresas no hay nada. No hay país, no hay sociedad, no hay trabajo, no hay economía, y al final tampoco habrá salud. Porque no hay salud sin economía; el dilema salud versus economía es una mentira maliciosa o ignorante en el mejor de los casos.

Es por eso que hoy deseo establecer mi más ferviente defensa a los negocios privados en general y a los negocios gastronómicos en particular, porque éstos últimos han sido especialmente atacados en las últimas semanas. Y cuando utilizo la palabra "ataque" es para describir las presiones que intentan cerrar los comercios gastronómicos.

Gracias a las redes sociales y foros en medios de comunicación hoy día es muy fácil expresarse con libertad, sin consecuencias, lo que es realmente muy bueno, pero hay que ser conscientes y responsables del daño que se hace. Y cuando hablo de "daño" me refiero al efecto miedo que aleja a las personas de los negocios gastronómicos.

Daño que se hace por absoluta falta de empatía, por desconsideración, por falta de respeto e ignorancia. Porque es muy cómodo estar en la casa y recibir el sueldo íntegro gracias a las posibilidades del teletrabajo, pero esa no es la realidad de todos, para muchos cerrar su negocio es la quiebra inmediata.

Para muchos negocios privados, y para todos los gastronómicos, cerrar sería el golpe de gracia al sueño de miles de empresarios y al trabajo de decenas de miles de compatriotas. Por lo que se requiere un equilibrio entre economía y salud, se requiere tener conciencia de que se vive en sociedad, y que la sociedad es heterogénea en sus necesidades.

No tenemos evidencia clara de que los negocios gastronómicos sean foco de brotes de contagio, pero sí tenemos evidencia clara de las asiduas inspecciones que los negocios gastronómicos tienen respecto del cumplimiento de protocolos.

Los negocios gastronómicos están expuestos a inspecciones de las Intendencias, del Ministerio de Trabajo y hasta del Ministerio de Salud Pública. Siendo muy estrictos en cada visita, y cerrando comercios cuando lo consideran. Me pregunto entonces: ¿se necesita más medidas que las actuales para conformar a todos? ¿es necesario cerrar si se trabaja con aforo limitado y protocolos? ¿los que deciden concurrir a negocios gastronómicos son personas incapaces o ineptas que no pueden evaluar las condiciones del comercio?

Todas las respuestas a las preguntas es No.

Cómo dirigente de una gremial empresarial tengo el deber de exigir mayor solidaridad para con los empresarios gastronómicos. Es de personas de bien ponerse en el lugar del otro, de tener la sensibilidad para entender que no todos tienen la posibilidad del teletrabajo y el sueldo seguro a fin de mes.

Es nuestra lucha el generar conciencia de que detrás de cada comercio gastronómico hay personas y familias que se sustentan con su esfuerzo y sacrificio, y que tienen tantos derechos como cualquier otro ciudadano.

Lo hemos hecho desde hace más de un año en las infinitas reuniones mantenidas con autoridades de gobierno de todos los niveles; y continuaremos dando lucha de cara a un presente y futuro que nos exige redoblar esfuerzos.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Antonio Ameijenda'.

Antonio Ameijenda
Presidente de CAMBADU



SI SOS SOCIO FONASA
Y TU CEDULA TERMINA EN 5,
EN MAYO PODES
ASOCIARTE A LA ESPAÑOLA.
EL TRAMITE ES SIMPLE
Y NO TIENE COSTO.



Además, si contratás ESPAÑOLA MOVIL, tenés



UN AÑO
GRATIS!

DE LA EMERGENCIA MOVIL MAS MODERNA DEL PAIS.



1920-1234

www.asociate.com

*promoción válida para pago con tarjeta de crédito



Página 3. Editorial
Ataque a los gastronómicos

Página 12
Noticias administrativas

Página 16. UDE
Business Intelligence

Autoridades

Presidente: Antonio Ameijenda
Vicepresidente: Anibal Viñas
Secretario: Juan Da Silva
Tesorero: Jorge Comba

Gerente General: Cr. Adrián Cabrera
Gerente de Relaciones Institucionales: José Luis González
Responsable editorial: Lic. Claudio Williman

CAMBADU HOY
Año 21 – Número 257 – Mayo 2021
Editor: Enrique Haladjian
Gerente comercial: José Silveti
Impresión: Gráfica Mosca

Página 22.
Nota de Socio con Historia

Página 38.
Empresas, lanzamiento

Página 46.
La última
Nueva batería de medidas económicas

Revista Cambadu HOY es comercializada, diseñada e impresa por:

ATLÁNTICOSUR
EDITORIAL

Bvar. España 2300 – 11200 Montevideo
Tel: 2412 6767* - 098 711 000
gerencia@kygcomunicaciones.com

Seguinos en:
Web: www.cambadu.com.uy



@cambadu



@cambadu



@cambadu1

El editor no se hace responsable de las opiniones vertidas por entrevistados o colaboradores.
Los artículos periodísticos son producidos por la redacción de la revista.
El contenido publicitario es responsabilidad de los anunciantes.
Derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial sin el consentimiento de los editores.



NUEVOS
FRANKFURTERS
ANGUS
¡MUCHA MÁS CARNE!



\$159

TRADICIONALES ANGUS



\$169

QUESO



\$169

CHEDDAR
Y BARBACOA



LIBRES DE GLUTEN







Cambadu es una de las grandes empresas de servicios de nuestro país, mucho más grande que lo que puede ser la gran mayoría de los estudios profesionales y gestorías.

Ofrecemos una muy amplia variedad de servicios, dentro de los cuales se destaca el servicio contable; servicio que permite solucionar todas las necesidades legales y fiscales, mediante un asesoramiento profesional diseñado a la medida de los negocios minoristas.

Ocurre que el conocimiento de Cambadu sobre los infinitos pormenores del mundo de los negocios minoristas es total, evitando que su masa social pueda vivir sorpresas desagradables.

No existe otra empresa con igual nivel de conocimiento para brindar a los comercios la garantía de estar en regla desde todo punto de vista contable. Garantía que se forjó gracias a casi 130 años de profesionalismo, y gracias a una cultura de respeto, responsabilidad y confidencialidad para con los empresarios que se unen Cambadu.

El beneficio de esta tranquilidad y seguridad es permitir a los empresarios no desperdiciar tiempo en temas que, si bien son riesgosos e importantes, lo distraen del foco de su negocio.





De esta forma, los socios que utilizan el servicio contable se pueden concentrar en los aspectos clave para el crecimiento de su empresa; liberándose así de trámites largos y engorrosos, de la actualización sobre reglamentaciones y requisitos que se modifican permanentemente, y desentendiéndose de complejos y riesgosos temas fiscales, tributarios y de relaciones laborales.

Cambadu se encarga de todo, con la garantía de un trabajo bien hecho, a través de una organización con más de 120 personas que se estructuran y operan con foco en el servicio al asociado.

Esta es otra gran diferencia respecto de lo que puede ofrecer un profesional independiente, o pequeños y medianos estudios profesionales y gestorías; en Cambadu siempre habrá disponible personal especializado y actualizado al servicio de los asociados; responsabilizándose de los trabajos realizados.

Cambadu es una organización que no descansa y que tiene suficiente personal para atender en tiempo y forma las demandas de su masa social; ya sea demandas habituales y previstas, o también las demandas urgentes e imprevistas que tiene todo comerciante minorista.

Por todo esto, el servicio contable de Cambadu conviene, es incomparable por el nivel de servicio entregado y por las garantías que ofrece.

Lo invitamos a descubrir éstas, y muchas más razones para contratar el servicio contable de Cambadu, y disponer de un mundo de soluciones para que sea posible concentrarse en su negocio, y crecer con la tranquilidad que todo lo demás está resuelto.

Papas prefritas



Ricas, crocantes y prácticas.



*El comodín
de todas las mesas.*

LIBRE DE GLUTEN · SIN TACC

Índices económicos

	Feb-20	Mar-20	Apr-20	May-20	Jun-20
UR - Unidad Reajutable	1199.07	1257.33	1260.18	1260.99	1255.72
UI - Unidad Indexada	4.4424	4.4811	4.5352	4.6213	4.6581
BPC - Base Prestaciones y Contribuciones	4519	4519	4519	4519	4519
SMN - Salario Mínimo Nacional	16300	16300	16300	16300	16300
Cuota Mutua	1304	1304	1304	1304	1304
IMS - Índice Medio de Salarios	344.73	344.95	343.51	343.61	345.84
IMS - Variacion mensual	0.23%	0.06%	-0.42%	0.03%	0.65%
IPC - Índice de Precios al Consumo	208.54	211.32	215.54	216.76	216.8
IPC - Variacion mensual	0.61	1.33	2	0.57	0.02
IPM-IPPN	217.32	232.24	231.14	233.58	230.42
IPM Variacion mensual-IPPN	-0.80%	6.87%	-0.47%	1.06%	-1.35%

Vencimientos

B.P.S. 13/05/2021

IVA MÍNIMO

CAMBADU 14/05/2021

RED DE COBRANZA 20/05/2021

IVA, IRAE Y PATRIMONIO

CAMBADU 20/05/2021

RED DE COBRANZA 25/05/2021

IRPF ARRENDAMIENTOS

CAMBADU 21/05/2021

RED DE COBRANZA 25/05/2021

IVA SERV. PERSONALES

CAMBADU 21/05/2021

RED DE COBRANZA 25/05/2021

SALDO PATRIMONIO PERSONA FÍSICA

CAMBADU 18/05/2021

RED DE COBRANZA 20/05/2021

Resolución DGI

Según la resolución No. 624/2021 se prorrogan los vencimientos de algunos impuestos como ser: Anticipo de IRAE, Anticipo de Imp. Al patrimonio y Anticipo de ICOSA del mes de cargo marzo 2021 (Vencimiento en abril) para el mes de mayo 2021.

Este beneficio abarca a las empresas de los grupos Cede y no Cede, siempre y cuando los ingresos declarados en el ejercicio anterior no superen las 6.000.000 UI (\$28.707.600).

También se posterga el vencimiento de presentación de las declaraciones juradas anuales de los impuestos de IRAE, PATRIMONIO, ICOSA e IVA correspondiente a los ejercicios finalizados el 31/12/2020 para el mes de mayo 2021, los saldos a pagar de los impuestos liquidados en dichas declaraciones mantienen el vencimiento en el mes de abril 2021.



Jul-20	Aug-20	Sep-20	Oct-20	Nov-20	Dec-20	Jan-21	Feb-21	Mar-21
1256.09	1264.25	1283.07	1287.86	1289.8	1291.44	1291.77	1291.96	1336.92
4.6633	4.6633	4.7113	4.741	4.7688	4.7688	4.7792	4.8404	4.8875
4519	4519	4519	4519	4519	4519	4870	4870	4870
16300	16300	16300	16300	16300	16300	17930	17930	17930
1304	1304	1304	1304	1304	1304	1434	1434	1434
350.99	352.3	352.83	353.28	353.37		385.72		
1.49%	0.37%	0.15%	0.13%	0.03%		3.48%		
217.99	219.24	220.64	221.92	222.55	222.13	225.69	227.55	
0.55	0.57	0.64	0.58	0.28	-0.19	1.6	0.82	
234.92	232.73	234.67	234.95	231.07	231.98	234.56	240.82	
1.95%	-0.93%	0.83%	0.12%	-1.65%	0.39%	1.11%	2.67%	

Agenda del Consejo Directivo

17/03/21 – Se participa de reunión vía zoom con representantes de la empresa Coopar, asuntos: gremiales.

17/03/21 – Se mantiene contacto con Legisladores, asunto: Proyecto de Ley medidas B.P.S. y D.G.I

18/03/21 – Se mantiene reunión vía zoom con integrantes de los diferentes Grupos de Compras, asunto: concentraciones.

18/03/21 – Se realiza gestión de compras y alimentos para el Programa "Cocina Uruguay".

22/03/21 – Ante invitación de Uruguay Certifica, se participa vía zoom al lanzamiento del llamado para Instituciones que quieran cumplir las funciones del Centro de Evaluación para la política de certificación de competencias ocupacionales.

26/03/21 – Se participa vía zoom del Consejo Tripartito Sectorial de Turismo.

02/04/21 – Reunión con representantes de la empresa Ganesha Software, asuntos gremiales.

02/04/21 – Se recibe a representantes del B.S.E., asunto: presentación de sistema de promoción mediante el cual bonifica el seguro de accidente de trabajo por 1 año, para aquellas empresas que realicen una encuesta de auto evaluación de riesgos laborales.

04/04/21 – Ante invitación de Coca Cola Latin American, se participa vía zoom del Diálogo virtual en el Día Internacional de la Mujer, para conocer los aprendizajes de la iniciativa que transformó la vida de más de 5 millones de mujeres en el mundo.

05/04/21 – Se concurre a reunión con el Director de Desarrollo Económico de la I.de M., don Gustavo Cabrera, asunto: Programa ABC.

05/04/21 – Ante invitación de la Dirección General de Salud del M.S.P., se participa vía zoom de reunión, asunto: excepción uso de mascarilla en personas con TEA.

06/04/21 – Reunión vía zoom con representantes de la empresa Scanttech, asunto: Programa ABC de la I.de M.

06/04/21 – Reunión vía zoom con representantes de PNUD, ENDEAVOR y Coca Cola, asunto: Programa "En Marcha Digital".

07/04/21 – Reunión vía zoom con representantes de DI.NA.MA., asunto: Nuevo Decreto de bolsas.

07/04/21 – Reunión vía zoom con representantes de la empresa Aura Air Uruguay, asunto: filtros de aire para comercios gastronómicos.

09/04/21 – Se participa de reunión de la Comisión Tripartita de repartidores de motocicleta.

12/04/21 – Reunión de Trabajo de Mesa y Sub Mesa.

12/04/21 – Reunión Ordinaria del Consejo Directivo.

14/04/21 – Se participa vía zoom de reunión de la Comisión Departamental de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal de Montevideo.

Nuevo beneficio para la masa social

El Hotel del Lago Golf & Art Resort Punta del Este otorgará el 37% de descuento sobre la tarifa RACK para las estadías solicitadas por los socios de Cambadu.

El descuento se aplicará exclusivamente a los socios, quienes deberán realizar la reserva por intermedio de la página WEB (www.hoteldellago.com.uy), ingresando un código promocional que será entregado por Cambadu.

El beneficio aquí convenido se aplicará tanto a los pagos realizados de contado efectivo y/o a las cancelaciones realizadas utilizando tarjetas de crédito.

Restricciones:

Estas reservas serán en condición de prepago no reembolsable, procediendo al débito correspondiente, al recibir la reserva debidamente completada. El descuento no es acumulable con otras promociones y/o beneficios.

El descuento se aplicará para un máximo de 2 habitaciones por funcionario o socio de Cambadu.

Para las reservas que tengan como ingreso el día viernes o sábado, el descuento será aplicable si la estadía tiene por lo menos un mínimo de 2 noches.

En temporada alta (Enero, Febrero, Fines de semana largos del Mercosur, Vacaciones de Invierno uruguayas y argentinas, Semana Santa, Vacaciones de Primavera, Carnaval, Navidad y Fin de Año), el descuento se aplicará con un mínimo de 3 noches.

Procedimiento para realizar la reserva:

Ingresar a la Web de Hotel del Lago Golf & Art Resort (www.hoteldellago.com.uy), informando fecha de arribo, fecha de salida, y demás datos solicitados, así como el código promocional proporcionado en este convenio.

La reserva estará confirmada cuando el hotel informe el número de confirmación de la misma, mientras no reciban la confirmación por parte del hotel, la misma no se tendrá como efectiva.

Cambadu deberá emitir una nota para verificar la pertenencia de las personas que solicitan reserva.

HOTEL
DELLAGO
Punta del Este Golf & Art Resort



INICIÁ UN
PEQUEÑO
CAMBIO



Ades es marca registrada de The Coca-Cola Company.

Ades

PROTEÍNA VEGETAL
FUENTE DE CALCIO
SIN LACTOSA



La UDE se renueva de la mano del Business Intelligence

Desde la unidad de Desarrollo Empresarial es que hoy se sientan las bases de todo un proceso de cambio, modificando la forma y la lógica por la cual el comercio minorista y los servicios gastronómicos han hecho negocios hasta hoy.

¿De qué estamos hablando? Bueno, en esta oportunidad es que pudimos entrevistar al equipo de la Unidad de Desarrollo Empresarial. Ellos son quienes hoy nos van a contar cuál es el camino a seguir y las disyuntivas que enfrentan hoy el comercio minorista así como poder hacerse de las herramientas para enfrentarlas.

P. Me gustaría que nos comenten un poco en qué escenario estamos parados hoy los comercios del rubro retail y gastronomía en general y cual es uno de los panoramas más probables que podemos esperar en corto-mediano plazo para el sector

Equipo: El escenario es complicado, tenemos por un lado al sector retail que enfrenta una vez más un año atípico marcado por la continuidad de la pandemia por COVID-19 la cual ha impactado de diversas maneras sobre la actividad. Primero hubo un golpe muy positivo en las ventas, se diversificaron y crecieron mucho los canales de venta por pedidos y envíos, muchos empresarios aprovecharon la oportunidad para invertir en infraestructura y en ampliar el espacio físico destinado a sus servicios ya existentes y en incorporar nuevos. En general, para el retail fue un año complicado por determinadas restricciones pero muy positivo en cuanto a los niveles de ventas alcanzados en 12 meses y la cantidad de inversiones, como comentaba, en nuevos servicios y canales de venta. Pero,

por otro lado, tenemos al rubro gastronómico que se vio muy perjudicado por la situación, sobre todo aquellos donde la mayor parte de su venta era en el salón. Los bares, restaurantes, rotiserías se vieron muy perjudicados, en general, no pudiendo cubrir la totalidad de su presupuesto a tiempo y con un nivel de ventas que para el segundo semestre mostró señales de recuperación pese a que el panorama sigue muy complejo.

En definitiva, nos consultaban ¿Qué esperar? No hay una respuesta clara, depende mucho del comportamiento de todos; el origen de esta situación es una cuestión sanitaria en definitiva, con severas consecuencias en lo social y económico. En la unidad compartimos la idea de que esto va a ir mostrando señales de mejora conforme avance el plan de vacunación, y paulatinamente vuelvan a bajar los casos, la gente vuelva desde las oficinas y vaya mejorando la actividad y con ello la movilidad; estos factores a priori definirían un repunte de actividad muy bueno los primeros 12 meses con la posibilidad de que se sostenga un semestre más, para esto claro basados en reportes y monitoreo de actividad económica que tenemos de las principales autoridades económicas.



**TIENE
TODO.
NO TIENE
ALCOHOL.**



P. Cuando comenzamos a hablar para esta entrevista, mencionaron varias veces que hay que prepararse para lo que se viene, pero que para ello hay que estar fuertes en lo que ya dominamos y en lo que ya sabemos. ¿A que se refieren con eso?

Equipo: La respuesta a esa pregunta tiene varias aristas diríamos. Por un lado, es parte de nuestra cultura dentro de la unidad estar a la vanguardia y prepararnos para lo que se viene, o sea que hay inquietudes permanentes por innovar. Por otro lado, estamos al tanto de las necesidades que enfrentan hoy los comerciantes, y por mencionar algunas: tenemos el asunto de los medios de pago, como optimizar el flujo de ingresos - egresos (CashFlow); también el hecho de que es cada vez más difícil persuadir al consumidor de comprar en nuestros comercios y preferirnos (Customer Experience); proyectar por ejemplo cuando es buen momento para tomar decisiones de ahorro e inversión, etc. Frente a todas estas disyuntivas creemos que el camino es claro, primero hay que conocerse, saber qué información maneja cada uno como comerciante para, en definitiva, conocer el pasado y presente antes de evaluar cada decisión. Es por ello que hoy queremos encarar estas cuestiones a través de la inteligencia de negocios (Business Intelligence), el cual no es un concepto nuevo en el mundo pero que hoy está pegando muy fuerte en Uruguay, y es un herramienta muy innovador y que nos lleva de la mano a poder tomar decisiones cada vez más precisas e informadas.

P. Podrían explicar qué es el Business Intelligence

Equipo: Al hablar de Inteligencia de Negocios, o mejor conocido en inglés como Business Intelligence, nos estamos refiriendo a un conjunto de métodos y técnicas a través de las cuales se pueden transformar datos y convertirlos en información entendible para las empresas. Lo que queremos decir con esto es que a través de los datos que se han ido recopilando en el sistema, los diferentes negocios obtienen información valiosa para poder tomar, posteriormente, las decisiones necesarias para mejorar el futuro de la empresa. Es algo así como transformar datos primarios en conocimiento.

P. La propuesta entonces de la unidad va de la mano con la inteligencia de negocios, para ello ¿Cuál es el plan? ¿Cuál es la gran transformación para el sector minorista entonces? Entiendo que todos tienen un servicio de facturación en su punto de venta y que de ahí bajan determinados reportes, por lo tanto acceso a la información hat.



Equipo: Esto no surgió hoy, sino que luego de comenzada la pandemia observamos que las necesidades del momento en materia de información para tomar decisiones eran mucho más amplias que las herramientas disponibles. No porque no se pudiera hacer, evaluar y/o analizar; sino más bien por la inmediatez de los sucesos y la complejidad de las inquietudes a resolver. Resultó entonces que la solución fue dar un paso hacia el cambio en las herramientas para la toma de decisiones y en nuestra propia lógica de trabajo.

¿Qué implica todo esto? Bueno, la cuestión es que siempre trabajamos analizando datos, buscando patrones, tendencias, etcétera, pero siempre en un universo mucho más acotado. ¿Por qué? Porque las cuestiones a resolver no eran tan inmediatas. En el mundo de hoy la inmediatez manda, entonces es que se fue paulatinamente volviendo vital dominar y tener la información que se genera dentro de nuestro negocio como nuestra mejor aliada. Fue allí que se planteó verter nuestro trabajo al análisis de Big Data (Grandes volúmenes de datos) que generan los comercios/negocios y emprendimientos gastronómicos para ayudar a tomar las mejores decisiones informadas, porque el espacio a "las corazonadas" es cada vez menor, dado que los consumidores son cada vez más exigentes y están cada vez más informados. Una vez establecido el punto de quiebre con la vieja lógica y por donde ir de aquí en más, es que la elección de las herramientas fue sencilla: por un lado acceso a la información que generan los negocios día a día en tiempo real y por otro lado una potente herramienta de visualización: Power BI, acompañado del uso de herramientas de consulta y modelado de información.

Respondiendo directamente a la segunda pregunta, la gran transformación es esto: Hacer visible y accesible la información necesaria para la toma de decisiones dentro del negocio.

PREMEZCLA

Cañuelas

Solo agregar agua



ÑOQUIS
DE PAPA



PIZZA



ÑOQUIS
INTEGRALES



PIZZA
INTEGRAL



La idea es poder generar un cambio en la manera de hacer y pensar al negocio, las decisiones hoy deben ser más informadas evaluando datos históricos, trayectorias precedentes, tendencias y proyecciones. El año pasado fue duro para muchos pero dejó un aprendizaje muy claro: ya no sirve como ley única del comerciante la intuición y corazonada. Compartimos que todo gran empresario aun las sigue, pero las sigue cada vez más informado y allí es hacia dónde vamos.

Respecto a la primera pregunta, ¿El plan? La idea es poder volver accesible a los colegas del sector estas herramientas a través de nuestros servicios de consultoría.

La propuesta es a través de nuestras consultorías y servicios; poder democratizar el acceso a la información relevante para tomar decisiones día a día con el acceso a un Dashboard, o tablero de mando, en el cual están resumidas las visualizaciones del comportamiento de las variables más importantes del negocio como pueden ser: niveles de ventas, ticket promedio, margen bruto, variaciones entre periodos, tendencias de comportamiento, rentabilidades por m2 y mucho más.

Una vez que se tienen los datos disponibles se puede hacer mucho. La idea de fondo detrás de esto es que no hay límites a priori para lo que se puede hacer teniendo el acceso a la información del negocio, y es ahí donde está el gran valor agregado de hacerse con la información y poder entenderla y usarla a nuestro favor.

***¿Cuál es entonces, la hoja de ruta a seguir?
¿Manejan algún plazo para implementar estas tecnologías o ya están trabajando con ellas?***

Equipo: Como habíamos mencionado, nosotros ya venimos trabajando con metodologías de análisis de datos con los empresarios que hoy día ya estaban contratando servicios en la Unidad. La respuesta corta al plazo de implementación es: Inmediato ya que los socios y empresarios que ya venían trabajando con nosotros, tuvieron el número 1 a la hora de aprovechar las ventajas de esta herramienta y con ellos fue que estuvimos desde mediados del año pasado hasta la fecha mejorando procesos, atendiendo inquietudes y dando forma a lo que será en principio la puerta de entrada para todos los socios y comerciantes

del sector. En el caso de estos colegas hemos diseñado herramientas a medida en función de sus necesidades e intereses, y ha sido de alguna manera nuestra forma de cuidarlos por confiar siempre en nuestra asesoría.

Respecto al plan de acción en sí: la idea consiste en que los comerciantes, socios y emprendedores interesados tengan acceso a un Dashboard (tablero de mando) que resuma las principales variables que hoy entendemos nadie debe de dejar de atender en su negocio. Ventas acumuladas por períodos actuales, Margen Bruto, KPI's de desempeño (Key Performance Indicators o Indicadores clave de desempeño) los cuales son diseñados a medida. Los socios del rubro retail en general, por ejemplo, siguen con mucha atención determinados indicadores como la rotación y rentabilidad por espacio asignado de exhibición, la cantidad de tickets y valor promedio del mismo, etc. Mientras que los empresarios del sector gastronómico si bien siguen los tickets y ventas, etc, les preocupa también el desempeño pormenorizado de sus canales de venta, tal y como sabemos lo son el comedor/salón, el delivery que puede ser propio ó vía las aplicaciones, entre otros indicadores.

En definitiva la propuesta es una en sí misma, y se apoya en la lógica de manipular grandes volúmenes de información y poder resumir en un tablero donde se visualice de manera dinámica y amigable, lo cual permite entender qué sucede en el negocio. Esto es clave para la toma de decisiones y lo es más aún cuando la información se actualiza permanentemente.

Para sintetizar, la puerta de entrada es un Dashboard genérico, con las variables más comunes de interés, al cual podrán acceder todos los socios de cambadu dispuestos a pagar un complemento con la cuota social.

Pero como se dijo, es la puerta de entrada... Para aquellos empresarios con mentes más inquietas y necesidades más profundas en lo que respecta al dominio de la situación de su negocio y las variables que él también quiere controlar y monitorear; tenemos el servicio a medida donde confeccionamos todo el Dashboard de acuerdo a los requerimientos, y necesidades del Socio/empresario. Invitamos a los empresarios a comunicarse con nosotros y que podamos conversar acerca de sus necesidades.

CONTROL'S

HIGIENE AMBIENTAL



Elaboramos un programa de **DESINFECCIÓN** de superficies con amonios cuaternarios de 5ta generación y equipos de vanguardia.

PREVENCIÓN Y ASESORAMIENTO.

 2 514 02 82

 096 184 818

 MATI
Mercado

**Sin experiencia
pero con muchas
ganas**



Así define Pablo Alonso sus inicios en el sector minorista junto a su padre Jesús, hace ya 23 años. Una historia de emprendedores que se repite en nuestro sector a pesar de los problemas actuales.

Recuerda que el 1 de febrero de 1998 comienza en sociedad con su padre a emprender el desafío del mostrador, con muchas ganas y sin ninguna experiencia previa. Su padre sí tenía experiencia comercial forjada en su local de compostura de calzado, pero Pablo venía de la venta de reparto, con ganas de aprender y varios cursos de marketing y ventas en su haber.

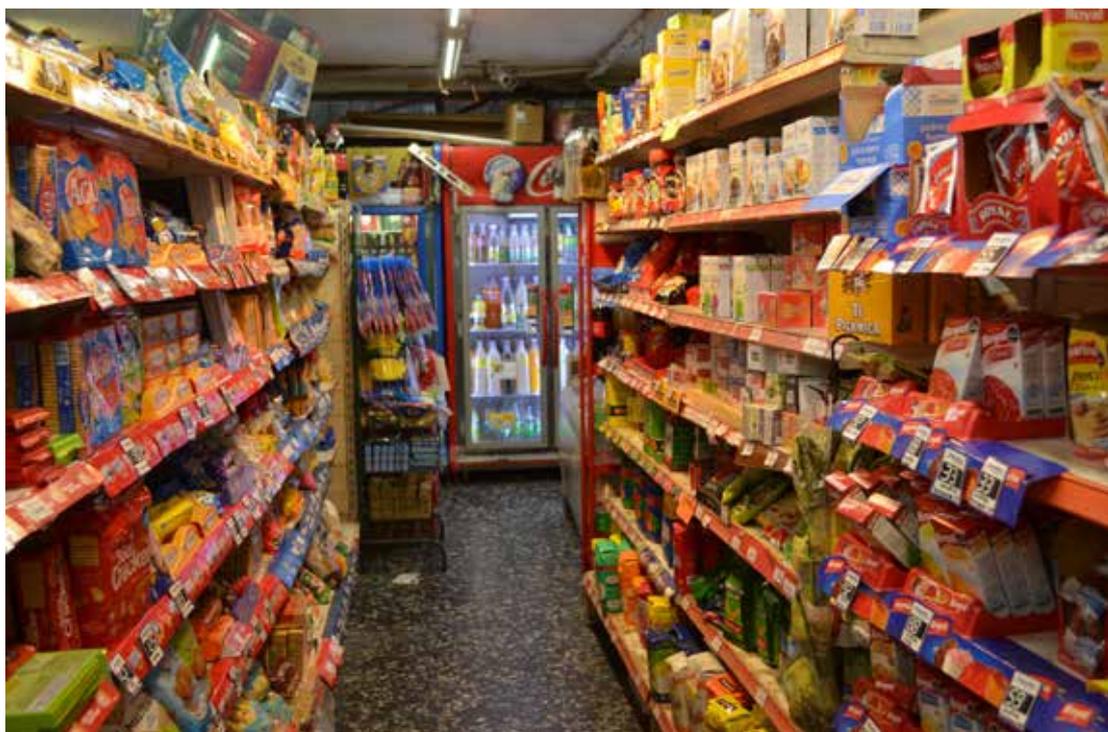
El local donde se instalaron, luego de observar los negocios cercanos, su oferta, virtudes y defectos, había sido local industrial donde en un momento se ensamblaron televisores y en otro fue sede de la primera empresa operadora de televisión por cable, pero en ese momento era un espacio vacío con solo dos lamparitas colgando del techo.

“No había nada, con mi padre lo pintamos, hicimos la instalación eléctrica, colocamos las estanterías, armamos todo solos. Hicimos la clientela de cero en un barrio donde había mucho menos edificios que hoy” comenta Pablo y sonríe al recordar que munido de una guía telefónica de páginas amarillas comenzó a llamar a los proveedores para hacer el primer acercamiento y negociación de mercadería.

Los finales de los 90 no fueron tiempos fáciles, más bien complejos fruto de la crisis de 1999 en Brasil y posteriormente la debacle financiera de Argentina en 2001 que llevó a nuestro país a la crisis económica y social más difícil en décadas.

“Lo pasamos mal en 2002. Trabajábamos con el Banco Comercial y al momento del cierre teníamos sobregiro. Si bien el banco cerró a nosotros nos seguían corriendo los intereses día a día. Fue complicado pero logramos salir adelante, cubrimos los cheques que estaban librados y empezamos de cero nuevamente”. Para cancelar las deudas se apoyaron en la apicultura, otra actividad que tenía Jesús Alonso, “tuvimos que vender muchos quilos de miel para poder pagar las deudas del supermercado”.

Pablo reconoce que en algún momento manejó la posibilidad de “bajarse del barco” e irse al exterior, pero se quedó y buscó otras alternativas innovadoras que le generaran más tráfico, nuevos clientes y más ventas.



En ese plan instaló un DVD Club, que era único en la zona. "Requería una inversión importante por el costo de las películas, pero no ocupaba mucho espacio y tenía una buena rentabilidad". El rubro no estaba relacionado pero generaba un movimiento que favorecía al autoservicio.

"Instalamos un Redpagos como nuevo servicio y atraer otro público, pero para mí no fue una buena experiencia"

En ese tiempo, y siguiendo en la línea de atraer clientes y tentarlos con otros productos, surge la posibilidad de instalar un local de cobranzas, que hasta el momento no había ninguno cercano. "Instalamos un Redpagos como un nuevo servicio y atraer otro público, pero para mí no fue una buena experiencia, no éramos un lugar de paso, los clientes eran los mismos del super y no tenía los controles adecuados para un negocio de esa magnitud. Alto movimiento de dinero, gran responsabilidad y una rentabilidad muy chica".

Reconoce que al estar tan preocupado en la operativa del local de cobranza el comercio principal se

estaba yendo a pique. Luego de analizar fríamente la situación decide cerrar el Redpagos y poner todo su esfuerzo al comercio principal. "Volví a agarrar las riendas del super y empezó a levantar, sin duda fue la mejor decisión".

Sin duda una decisión fruto de la experiencia acumulada a través de los años, considerando que se inició con solo 22 años y tuvo que pagar derecho de piso y hacerse al negocio en sí mismo. "Para mí la relación con los proveedores tiene que ser de amigos de la casa, quizá otros colegas no lo entiendan igual, pero el tiempo del proveedor es igual de importante que el mío. Tengo buena afinidad con todos".

Consultado sobre como cambió en barrio en estas dos décadas afirma que "creció mucho en cantidad de viviendas y también en competencia. Algunos con mayor impacto que otros por tener una infraestructura más moderna, pero no en cantidad y variedad de productos, quizá con mejor presentación, pero seguramente con precios más caros".



ELIMINA EL
99.9% de las
BACTERIAS*



Fabuloso

ANTIBACTERIAL



*E. coli, P. aeruginosa, S. typhimurium, S. aureus.

A Pablo, como a muchos de nuestros socios, le preocupa la proliferación de pequeños emprendimientos, como las fruterías en las veredas, que no pagan ningún tributo, ni impuestos, convirtiéndose en una competencia desleal, especialmente en estos tiempos. "Al principio de la pandemia trabajamos muy bien, con surtidos y compras grandes, pero a medida que empezó a desacelerarse los clientes volvieron a las grandes superficies y a comprar comida hecha".

Es un comercio que se maneja con una plantilla bastante reducida de personal a pesar de tener un movimiento variado de clientes. "Teníamos bastante delivery de mañana, pero ahora es más suave y se estira entre mañana, mediodía y primera hora de la tarde que son los clientes que están trabajando desde sus casas. En forma presencial el movimiento es al final de la tarde de los que están regresando a sus casas".



"Estamos siendo muy afectados con la falta de los colegios"

La cercanía de dos colegios de gran número de estudiantes y personal, son factores importantes en la caja del negocio. "Estamos siendo muy afectados con la falta de los colegios, el Elbio Fernández enfrente y el Seminario a una cuadra generan un movimiento permanente de estudiantes, maestros, docentes, personal de servicio, padres y abuelos, que hoy no tenemos y se nota mucho. Nunca prestaba atención al vencimiento de las golosinas y hoy estamos devolviendo mercadería a los distribuidores. En toda la zona se nota la venta de los impulsivos".

Reconoce que hay colegas en otras zonas, como Ciudad Vieja por ejemplo que están sufriendo mucho más estos problemas de falta de clientes, en especial los gastronómicos que incluso han tenido que cerrar. "A nosotros nos está faltando un valor importante de caja diaria, que al mes se hace muy grave".

Matimercado integra el grupo Multicompras prácticamente desde sus inicios, "Soy casi socio fundador. Mi padrino es Fiori que llegó a mí para informarse de la experiencia del local de cobranzas y al poco tiempo me llama para comentarme sobre el grupo de compras que estaban armando y si me interesaba. Obviamente le dije que sí y ahí mismo arranque".

"El grupo sirve por donde lo mires, pero para mí una de las cosas más ricas es el intercambio de información entre los socios. Los comentarios, las recomendaciones, el uso de la información es vital para estar al día", afirma Pablo sobre el grupo que semanalmente se reúne en las instalaciones del Parque Cambadu y con bajos costos operativos y mucho esfuerzo personal viene creciendo tanto en número de socios como en cantidad de acuerdos comerciales.

"El grupo sirve por donde lo mires. Hoy somos 16 comercios y tenemos unos 15 acuerdos comerciales de importancia"

"Hoy somos 16 comercios los que integramos el grupo y tenemos unos 15 acuerdos comerciales de importancia. Mantenemos la publicación de un mailing mensual y seguimos en la búsqueda y concreción de acuerdos que nos permitan mejores beneficios, descuentos y retornos anuales que apoyen entre otras las promociones de fin de año", destaca que están interesados en la incorporación de nuevos socios, con perfiles similares a ellos y a quienes les sirvan los acuerdos existentes. "Nosotros no cobramos ingreso, pero hemos decidido que los nuevos socios hagan un aporte inicial al fondo de reserva para igualar lo aportado por los otros, y una cuota mensual muy accesible que se paga sola con los acuerdos logrados".

Pablo es padre de dos hijos, Matías (26 años) que vive en Barcelona y es padre de Leia y Agustín (20 años) que actualmente está trabajando en el comercio. "Mi idea es que ellos hagan su vida fuera del negocio, hoy Agustín está conmigo pero no es lo que aspiro. Es un rubro muy sacrificado, que te hace perder muchas cosas. Me perdí de compartir con mis hijos, en especial con el mayor, perdí casi toda su infancia, los cumpleaños, las fiestas de la escuela. Hasta que un día cambié el chip y dejé ese miedo constante de perder clientes y empecé primero a cerrar los domingos y luego a achicar el horario".

Claro está que manteniendo horarios más extensos la facturación es mayor, pero eso implica también otro turno, más personal, otro tipo de controles, a los que Pablo hoy no está dispuesto a mantener, y concluye, "No vale la pena".

Condimentos



Con Gustito a lo de Antes





Frankfurters Angus ¡Para comer, para picar...!

Nuevamente el Frigorífico Juan Sarubbi impacta en el mercado con una nueva línea de productos. Frankfurters Angus, producidos en su Planta Industrial, la más moderna y grande de la región.

Los nuevos Frankfurters Angus están fabricados con carne vacuna Angus certificada, seleccionada y libres de gluten, lo que garantiza un sabor y calidad superior.

A la nueva variedad de Frankfurters Angus Tradicionales, se le suman dos nuevos sabores gourmet: rellenos de queso y rellenos de cheddar y barbacoa. Todos ellos con mucha más carne y producidos con los más altos estándares de calidad, en la mejor planta de la región.



UN ESTILO PARA CADA OCASIÓN




EST. 1873
Heineken

Miller
GENUINE
DRAFT

kunstmann

Schneider

Imperial

Escudo
SILVER

☎ 2626 1100

✉ ventas@ccu.yu

📍 Basilio Pereyra de la Luz 1139

🌐 www.ccu.yu

 REFRESQUÉMONOS RESPONSABLEMENTE.
Producto para mayores de 18 años.

↻ Envase
↻ Reciclable

CCU



Estos nuevos productos se enmarcan en el contexto de crecimiento y desarrollo que la marca viene ofreciendo, llevando a la mesa de todos los uruguayos productos de calidad, elaborados con carne vacuna seleccionada, con bajo contenido en grasa y, al igual que todos los productos de la compañía, libres de gluten.

Este lanzamiento también estará impulsado a través de una fuerte campaña de comunicación en medios, a través de la recomendación de los ya tradicionales protagonistas de esta gran historia, como lo son los soldados romanos Tony Pacheco y Chino Recoba.


ANGUS
VERIFIED BREED
Uruguay



BIO ACTIVE

x5 PODER DESENGRASANTE*

MÁS CONCENTRADO Y CON MÁS ESPUMA**
PARA UN MÁXIMO RENDIMIENTO



ÚNICO CON
TECNOLOGÍA BIOACTIVE,
CON 100% ACTIVOS
BIODEGRADABLES.



NUEVAS FRAGANCIAS
CON TECNOLOGÍA
NEUTRALIZADORA
DE MALOS OLORES.

NUEVOS
750 ml



Sobre Frigorífico Juan Sarubbi

Frigorífico Sarubbi es una empresa fundada en Uruguay en 1925. Desde sus orígenes ha sido dirigida en forma directa por cuatro generaciones de la familia Sarubbi. Lo que se inició como una pequeña fábrica hoy es una gran empresa que cuenta con una nueva planta de procesamiento de productos chacinados, empleando a más de 250 personas.

Su moderna planta industrial está ubicada en Cno. Coronel Raíz, en el barrio Peñarol, una zona de importante crecimiento industrial, y cuenta con un predio de 10 hectáreas y una construcción de 10000 metros cuadrados. Se trata de una planta única en el país, gracias a su tecnología de última generación traída principalmente de Europa, que permite mejorar los procesos y ser más eficientes en los mismos.

Cuenta con un diseño que hace que los flujos de producción sean óptimos, logrando estándares de calidad muy importantes. Aquí se producen las líneas de frankfruters, jamones, salames, mortadelas y lomos de la marca, y el diseño de la planta permite que cada uno de estos alimentos se produzca en línea, sin cruzamiento de productos ni de personal. Es la única fábrica del país que cuenta con un sistema Haccp, un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, certificado por el MGAP.

COCINA

Visualización de pedidos en cocina a través de pantallas y/o impresoras.

SALA

Control de mesas.

OFICINA

Estadística y control para la toma de decisiones



STOCK

Control de stock y previsiones de compra.

TELECOMANDA

Gestión de pedidos desde un terminal de mano.

CAJA

Control de ventas, cobros y cierre de cajas. Contamos con un sistema de trabajo táctil fácil de manejar.

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

REPARTO

Gestión de servicio a domicilio.

INFORMATE

Contamos con propuestas especiales para pequeños emprendimientos

Software de gestión de restaurantes #1 del mercado

Maldonado 2020/803
Tel.: 2 413 1436
Cel.: 095 291 309
marcel.rytt@emestudio.com.uy
www.emestudio.com.uy

Soft Restaurant®

Sírvalo bien frío



Uruguay se suma a través del Vermut Flores, a la selecta lista de países que produce un aperitivo de calidad internacional, pero esta vez nacido de un personalísimo vino Tannat, cepa bandera de nuestro país.

Hay muchas historias alrededor de origen del Vermut, Vermú o Vermouth. Algunos lo ubican en Grecia y a Hipócrates como su creador, otros que se trata de una receta romana encontrada en un libro de cocina.

La realidad es que tal como lo conocemos habría surgido de la experimentación de Antonio Benedetto Carpano en 1786 en Turín, más

precisamente en la tienda de vinos de Luigi Marendazzo, ubicada frente al Palacio Real de Saboya. El joven Antonio de 21 años logra con sus experimentos, una bebida que fascina al Duque Vittorio Amedeo III, quien la convierte en la bebida oficial de la realeza.



**SIN
AZÚCAR
AGREGADA**

*100%
Puro*



WWW.SAINT.COM.UY



FACEBOOK/SAINTUY



INSTAGRAM/SAINTCAFEBY



LINKEDIN.COM/COMPANY/SAINTHND



Italia y Francia principalmente popularización la bebida, pero ahora contamos con un producto nacional, elaborado en pequeñas partidas en base a vino Tannat y especiado con una selección de infusiones de botánicos y flores.

El vermut es un vino especiado con botánicos, endulzado y enriquecido con alcohol, que utiliza como base un vino neutro y generalmente blanco. Vermut Flores se diferencia, tanto en el Rojo como Rosado, por ser producido a partir de vino de la cepa emblema del Uruguay.

Nace en base a la personalidad del Tannat, pero también es delicado por la combinación de 27 botánicos diferentes que componen su fórmula, entre los que se destacan el Ajenjo, el Cardamomo, la Genciana, la Quina y el Coriandro.

Las flores también intervienen como botánicos en la fórmula, aportando aromas y sabores frescos a un punto de gran relevancia que finalmente decidieron el propio nombre del

producto. Las flores de Sauco, Manzanilla, Lúpulo y Rosas integran la receta de las variedades rojo y rosado.

Se trata de una bebida con estilo propio, reconocida en todo el mundo como símbolo del "aperitivo" e ingrediente esencial de los más famosos cocteles. Solo, con rodaja de limón o de naranja, con o sin aceitunas, con agua tónica o sin ella, Vermut Flores es el ingrediente indispensable para un trago perfecto para compartir y disfrutar.

Además es un producto uruguayo, elaborado con los más altos estándares de calidad que merece estar presente en las góndolas de nuestros comercios y entre las opciones de bebidas de bares y restaurantes.

Más información en:
www.vermutflores.com

Descuento exclusivo
100%
socios CAMBADU



Disfrute de la naturaleza y la mejor gastronomía

A 20 minutos de Piriápolis y 50 minutos de Punta del Este,
viva una experiencia única en un lugar privilegiado
con la sierras como escenario natural.



Las Ánimas Casa de Campo
Ruta 60, kilómetro 19
Nueva Carrara – Maldonado
Contacto: 099 264 627
www.lasanimas.uy

lanzamiento

Un espirituoso de uva y miel



Elaborado en un ambiente natural de viñedos, a partir de orujos de Tannat y mediante una doble destilación en viejos alambiques a leña, la Grappamiel Rosa Negra continúa la tradición de una vieja y reservada receta de origen italiano, pero con la calidad de los estándares y conocimientos de nuestro tiempo.

En la simbología mística la rosa ha ocupado un lugar asociado a lo sagrado. Las rosas negras, cargadas de simbolismo y antiguas referencias literarias, pertenecen al mundo del ensueño y la leyenda.

Con ese espíritu libertario y rebelde surge, para el deleite de los más exigentes, un producto de calidad internacional producido en nuestro país por el mismo grupo de jóvenes emprendedores que también elaboran vermú Flores.

Por mayor información del producto, formas de consumirlo y demás, les invitamos a visitar www.rosanegra.uy

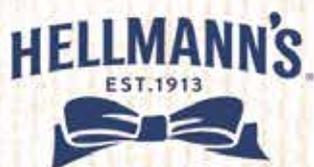


NUEVA

¡HELLMANN'S VEGANA LLEGÓ A URUGUAY!



ES DELICIOSA, CREMOSA Y 100% VEGANA. UN SUEÑO VEGANO HECHO REALIDAD.





Una experiencia irrepetible

El turismo rural en Uruguay ofrece una amplia variedad de opciones, pero una de las más destacadas es San Pedro del Timote porque brinda una historia que se vive en cada rincón





Nacida de orígenes jesuíticos, la Estancia Nuestra Señora de los Desamparados, no alcanzó el esplendor de otras estancias jesuíticas de la región, pero sí fue un establecimiento de avanzada a nivel agropecuario, que tras la expulsión de los sacerdotes misioneros estuvo expuesta al saqueo y destrucción hasta que fue adquirida por Juan Francisco García de Zúñiga en 1777, según relata Mario R. Correa en su libro "La ruta de los jesuitas y las estancias".

En 1825 el establecimiento es adquirido por el inglés John Jackson y desde entonces se ha ido trasladando a sus descendientes, entre los que se destaca el Dr. Alberto Gallinal Heber, tataranieto de Jackson.

establecimiento requería cubrir las necesidades de sus habitantes, por lo que el mismo contaba con escuela, herrería, talabartería, taller mecánico, carpintería, tambo y una capilla, construida en 1925.

Desde 1997 se ha transformado en un establecimiento turístico que combina la historia, la naturaleza y el encanto por su arquitectura, constituyéndose en una de las ofertas turísticas más importantes del país.



destinos

Los visitantes pueden hospedarse en el Casco, la casa principal que mantiene su estilo señorial o en el Hostal, una serie de apartamentos que se construyeron para recibir a los amigos.

Las nobles maderas, los grandes ventanales, las galerías, los patios con fuentes y bancos de azulejos españoles son el denominador común de los amplios espacios que permiten deleitarse con la serena vista del campo y los jardines.

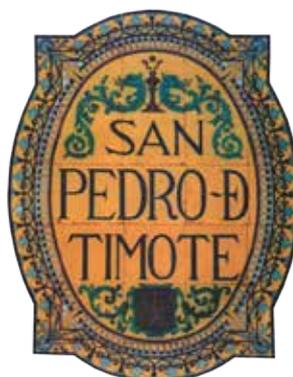
La gastronomía, de tipo casera, es otro de los pilares del servicio ofrecido, con desayunos y meriendas en las que se sirven deliciosos

panes, tortas y biscochos recién horneados, quesos, fiambres, dulces y mermeladas caseras, al igual que en almuerzos y cenas con una oferta de típicos platos de campo.



El programa de actividades que lleva adelante San Pedro del Timote busca valorizar las cosas importantes de la vida y permite desconectarse del vertiginoso mundo cotidiano, generando una experiencia única en contacto con la naturaleza y las tradiciones. Andar a caballo, acompañar el recorrido en una zorra, y escuchar la reseña histórica que Don Beto brinda mientras se recorren las instalaciones. Los servicios se completan con tres piscinas, microcine, biblioteca, salón de juegos para chicos, sala para adolescentes, canchas de fútbol, frontón, tenis y volley, permitiendo diseñar la estadía que más se adapte a las preferencias de cada huésped, porque lo que sí es seguro, permite vivir una experiencia que quedará en el recuerdo.

Km. 142 de la Ruta 7
Cerro Colorado / Florida, Uruguay
Tel: (598) 4310 8086
Reservas y consultas en Montevideo:
Tel: (598) 2902 5869
(lunes a viernes de 9.00 a 18.00)



PROBALAS

Y SI NO TE GUSTAN TODO BIEN



*Cremosa,
con la suavidad
de la avena.*



*Cremosa,
de sabor dulce
y aroma tostado.*



LO QUE IMPORTA ES LO DE ADENTRO

Nuevo curso gratuito Educación Financiera para Emprendedores y Pymes

A mediados del pasado mes de abril se inició una nueva capacitación, esta vez online, financiada por ANDE y Finandes.

La capacitación se lleva a cabo en el marco del Programa de Capacitadores Certificados por OIT en Educación Financiera y está a cargo del docente Juan Lenguas Zorrilla.

La primera edición, que comenzó en el mes de abril, cuenta con un total de 17 participantes y tendrá una duración de 10 jornadas, finalizando en el mes de mayo.

El objetivo del programa es potenciar la educación y gestión financiera de las empresas,

desarrollando conocimientos, capacidades y habilidades para la mejor toma de decisiones financieras.

El curso es dictado en formato taller, con conceptos teóricos y fundamentalmente ejercicios prácticos que permitan adquirir los conocimientos dictados y sobre todo transformarlos en herramientas prácticas.

CAMBADU
Entre todos. Para todos.



SOLUCIONES PARA PACKAGING O EMBALAJE

Trabajamos
con cartulinas
Premium

Terminaciones
especiales:
• Stamping
• Ventana
• Peelop
• Metalizados

**PROMOCIONES
REVISTAS
FOLLETOS
CATÁLOGOS
LIBROS**



Grandes empresas en
los rubros Alimenticio
y Farmacéutico confían
en nosotros.

Productos POP:
• Saltarines
• Cabezales
• Carteles
• Cenefas



2408 3049 • Guayabos 1672
www.graficamosca.com • mosca@graficamosca.com
fb/graficamosca • @graficamosca

mosca
GRÁFICAMOSCA



Próximamente tendremos otras ediciones de esta capacitación, por más información y para participar contactarse al mail: fculto@cambadu.com.uy o al 094 414 799 (llamadas y WhatsApp)



Nueva batería de medidas económicas. Una vez más se consideraron nuestros planteos.



Próximo al cierre de la presente edición de Cambadu Hoy, en conferencia de prensa, la ministra de Economía Azucena Arbeleche, junto a varios ministros de Estado, presentaron una serie de medidas para apoyar sectores afectados por la pandemia.

Si bien los técnicos de Cambadu aún deben analizar las medidas para que la institución pueda emitir una opinión y asesoramiento, en primera instancia entendemos que existe consideración por varios aspectos planteados al gobierno, en las diversas instancias de interacción que se han mantenido en los últimos tiempos. Medidas de carácter impositivo

vinculadas a IRAE, Patrimonio, Aportes Patronales y aspectos de Seguro de desempleo: las reconocemos como pedidos que desde hace meses Cambadu viene demandando, fundamentalmente para el sector gastronómico.

Por tanto, en principio vemos con muy buenos ojos el apoyo que el gobierno implementará.

Quienes deseen profundizar sobre el tema, le solicitamos que ingresen a nuestra web y a nuestras redes sociales, para encontrar mayor detalle de información.

Conaprole



**Cuidar a los clientes,
también es recomendarles
lo mejor.**

Cada vez que les ofrecés
Vital+ de Conaprole,
les estás ofreciendo más
defensas, más protección
y más probióticos.
Y ellos, van a estar más
agradecidos que nunca.

Vital+
TESUMA
DEFENSAS

Producto
recomendado
por:

adu

Asociación de
Diabéticos del Uruguay
Montevideo



EFECTIVO CONTRA EL CORONAVIRUS



*Eficacia comprobada en virus: Virus H1N1, Herpes simplex 1 y 2, Respiratorio Sincicial, Polio tipo 1 y 3, adenovirus tipo 5.

SC Johnson



Para cada piso,
hay Blem



Porcelanato

Cerámicos

Plásticos
y Flotantes

Múltiples
Pisos

Innovación para tus pisos