

DESARROLLO > Vitrium Capital

Una firma que se afianza en Uruguay

» La desarrolladora inmobiliaria Vitrium Capital, de origen argentino y presencia regional, lleva invertidos U\$S 40 millones en cinco proyectos en el país, cuatro de ellos en Montevideo y uno en Carmelo.



01 Del Centro

Vitrium Capital, desarrolladora inmobiliaria con más de 14 años de experiencia en Real Estate a nivel regional, consolida su posicionamiento en Uruguay, uno de sus principales mercados foco, y avanza a paso firme con sus proyectos en Montevideo y Carmelo, los cuales demandaron una inversión de U\$S 40 millones. “Hace varios años elegimos Uruguay para crecer regionalmente producto de las amplias y variadas oportunidades que presenta este mercado para nuestro negocio: estabilidad social, jurídica y política, crecimiento ininterrumpido de su economía,

posibilidades de percepción de renta fija en una moneda estable, valores de metro cuadrado muy atractivos, alta rentabilidad, libre contratación de alquileres y beneficios impositivos vigentes”, afirmó Federico Gagliardo, fundador y presidente del directorio de Vitrium Capital. De acuerdo a la visión de los directores de la compañía, esta perspectiva del mercado inmobiliario uruguayo y sus posibilidades de crecimiento no se han visto alteradas producto de la pandemia. De los cuatro proyectos en Montevideo, dos de ellos ya fueron terminados y entregados (01 Parque Batlle y 01

Las Artes), el tercero inició las obras en agosto de este año con el 60% de las unidades vendidas (01 Del Centro) y el cuarto prevé el comienzo de la construcción en enero de 2021 y ya tiene el 40% vendido (01 Libertador). Se tratan de edificios residenciales, todos bajo la marca “Cero UNO” ya instalada en la región, los cuales se destacan por su ubicación estratégica, línea de diseño innovadora, estilo contemporáneo, amenities, espacios amplios y confortables y calidad constructiva. En la zona de Carmelo, Vitrium Capital comercializa 20 hectáreas integradas por 28 amplios lotes ubicados en Carmelo Golf. Es una propuesta muy atractiva ya que la zona presenta una gran disponibilidad de servicios, con múltiples posibilidades de accesos y un entorno ideal para el descanso y la vida familiar. Además, los proyectos de Vitrium Capital en Uruguay están destinados al público latinoamericano en general, con un fuerte protagonismo de uruguayos y argentinos.



01 Libertador

> Mujeres en desarrollo

Cinco millones de promesas cumplidas

» A través de un webinar con expertos de toda la región, Coca-Cola brindó detalles de su iniciativa 5by20, que para fines de 2020 habrá alcanzado la meta que se propuso hace 10 años a nivel global.

A finales de este año, Coca-Cola habrá alcanzado su meta global de capacitar a cinco millones de mujeres alrededor del mundo con herramientas para potenciar sus emprendimientos, enmarcada en 5by20, la iniciativa global que la compañía de bebidas se planteó en 2010 como parte de su compromiso con el desarrollo económico de las mujeres.

Para darle un cierre a este programa, y conocer al detalle las acciones que se llevaron a cabo durante estos 10 años, se realizó #LasMujeresTransforman, un webinar regional en vivo y de acceso libre, que propuso un espacio de reflexión y diálogo en el que expertos ofrecieron una mirada plural sobre el rol de las mujeres en el crecimiento de las comunidades.

5by20 alcanzó a más de 66 mil productoras, agricultoras, proveedoras, distribuidoras, minoristas, recicladoras y artesanas en Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay, Uruguay y Perú, con actividades que apuntaron a neutralizar las barreras más duras que enfrentan las mujeres cuando se trata de su independencia económica. A nivel local, Coca-Cola llevó adelante el programa “Emprendemos Juntas”, en asociación con Endeavor

Uruguay, y junto al Centro de Promoción por la Dignidad Humana (CeprodiH) y Kolping. La iniciativa está destinada a potenciar los negocios o emprendimientos de las mujeres uruguayas a través de cursos de capacitación y mentorías

A nivel local, Coca-Cola llevó adelante el programa “Emprendemos Juntas”, en asociación con Endeavor Uruguay, y junto al Centro de Promoción por la Dignidad Humana (CeprodiH) y Kolping.

grupales e individuales. Desde 2017, el programa acompañó a más de 3.500 mujeres de todo el país e influyó de manera directa en el nacimiento de nuevos emprendimientos. En 2020 se llevó a cabo de forma virtual con #EJenCasa, para seguir acompañando a las emprendedoras durante la pandemia.

El pan nuestro de cada día

» La firma Los Sorchantes se renueva, manteniendo la excelente calidad desde hace 122 años. La marca, pionera en la industria del pan en Uruguay, lanza su nueva imagen y su perfil de Instagram.

La tradicional marca uruguaya Los Sorchantes re-

nueva su imagen, manteniendo la calidad que le ha permitido estar junto a sus consumidores en sus 122 años de historia. Siendo la firma pionera en la industria de pan en Uruguay, Los Sorchantes ha sido, según establece su frase insignia, “el pan nuestro de cada día” desde 1898, destacándose en el mercado con sus productos de pan de molde, bollería y pan rallado. Respaldada por la calidad y tradición que forman parte

de su esencia, y reconociendo que las mesas se renuevan con el correr de los años, la panificadora lanzó su nueva imagen con una gran campaña de publicidad en diversos medios de comunicación. Esta renovación, que tiene como objetivo modernizar su imagen manteniéndose siempre cerca de sus fieles consumidores con la mejor relación calidad-precio, trae consigo un nuevo canal de comunicación con el lanzamiento de su página de Ins-

tagram (@LosSorchantes), que se suma a Facebook (@LosSorchantes), donde pue-

de accederse a toda la información y novedades sobre sus productos.

