

# Julio Filippini: “Promocionando Canelones, creamos empleo en Uruguay”



**C**on la idea de formar la Agencia de Promoción a la Inversión (API) es que Yamandú Orsi convocó a Julio Filippini, de profesión contador, apasionado del fútbol y con una vasta trayectoria de trabajo a nivel público en la Dirección General Impositiva, en la Auditoría Interna de la Nación, y en los últimos años en la Intendencia de Canelones como contador general. Es un hombre de los números y del servicio público

que fue clave en lograr la mejora de la gestión presupuestal de la Intendencia de Canelones y ponerla al nivel de las administraciones eficientes. Filippini se destaca por su conocimiento del territorio, por haberse hecho canario como opción y por su llegada y capacidad de interacción con el empresariado de Canelones. Antes de la Agencia existía la Empresa Canaria para el Desarrollo, pero los tiempos habían sido otros; ahora se apunta a

Somos Uruguay Revista entrevistó al contador Julio Filippini, quien se desempeña hace cinco años como director de la Agencia de Promoción a la Inversión de la Intendencia de Canelones. Esta dirección fue creada por el intendente Yamandú Orsi en su propuesta de generar la institucionalidad necesaria desde el gobierno local para apoyar el desarrollo del departamento, fomentando la llegada de inversiones, así como para apuntalar a las empresas para mejorar las condiciones de negocio y con ello la creación de empleo

ser proactivo, salir a buscar inversiones y no solo esperar que vengan.

La Agencia está en un lugar estratégico y por eso su ubicación en el Parque de las Ciencias. Conviven con la agencia instituciones empresariales para la competitividad, innovación y desarrollo. El objetivo principal es que se creen fuentes de trabajo.

**¿Como fue eso de crear la Agencia de Promoción a la Inversión a nivel departamental sin tener antecedentes?**

Empezamos todo de cero, y lo primero que tomamos fue la necesidad de armar un equipo con los perfiles necesarios para crear esta agencia, que debe concretarse en un instrumento para incentivar las inversiones a nivel

del departamento, con el fin siempre de crear más empleo. De esta forma fue que comencé a convocar y a integrar a personas con los perfiles que entendía necesarios. Cuando se arma un área, para empezar, hay que tener los perfiles. Esto lo aprendí en la Contaduría General: cuando empecé eran todos administrativos y logré integrar tres contadores más, que me dieron una mano bárbara, y eso mejoró sustancialmente el trabajo. En API el primero en integrarse fue el licenciado Martín Mercado, a quien conocía de la Intendencia y venía trabajando en relaciones internacionales. De esta forma ya juntábamos dos perfiles: yo, que conocía el empresariado canario, y Martín, con conocimiento de los temas internacionales. Luego convocamos a una contadora, Lourdes Caudet, porque el enfoque financiero contable es siempre una necesidad más cuando analizamos proyectos de inversión. Y también se necesitaba asistente, Tania Yanes, que vino en comisión del Ministerio de Industria, Energía y Minería y que se destaca por ser ejecutiva, proactiva y con capacidad de organización. También tuvimos que armar un área de seguimiento y sistematización, para lo cual integramos a Claudia Bocio y Claudio Musso. Es fundamental su tarea porque cada vez que recibimos una propuesta hay un intenso trabajo de sistematización y seguimiento de proyectos.

Esto surge porque al principio empezamos a recibir inversores y empezamos a hacer un registro que con el tiempo se fue sistematizando —qué proyecto, qué giro, impacto en el empleo, lugar donde se va a ubicar, qué tipo, etcétera—. Con el tiempo hemos incorporado herramientas hasta lograr hacer un programa de software que ubica toda la información al instante en forma georreferenciada, clasificando a las empresas en cuatro categorías: industrial, logística, comercial e inmobiliaria. Yamandú creó un instrumento que fue la Ventanilla Única, que se instaló como uno de los pilares para la consolidación de un proceso de mejora de gestión en la Intendencia canaria. En los hechos, fue la creación de un nuevo modelo, basado principalmente en la unificación del procedimiento de los funcionarios para el cumplimiento de las ordenanzas. Con



esta iniciativa se logra evitar la utilización de diferentes métodos en los trámites o gestión que demanda la población en cada oficina municipal, para lo cual se confeccionan por escrito las pautas que rigen el servicio.

Articulamos la tarea con otras direcciones, Gestión y Planificación Territorial; se analiza el caso en profundidad, se le da el visto bueno y está pronto para presentarse oficialmente: ingresa y se le asigna número y empieza el seguimiento (viabilidad, ejecución y construcción). Para viabilidad pasa por otros lados. También somos quienes coordinamos con otras dependencias y organismos para hacer la tramitación y funcionar como facilitadores. Las autoridades se involucran directamente y hay un compromiso fuerte para conseguir y trabajar en el logro de las inversiones.

#### **¿Cuál es el rol de la Agencia en relación a las posibles inversiones y cómo se vinculan con los inversores?**

Nosotros somos socios de los inversores, eso es lo que tenemos que ponerles en la cabeza a todos los funcionarios y a los que trabajan en concretar esas inversiones. Nosotros, los funcionarios públicos, quienes estamos en la

Intendencia, tenemos trabajo, pero hay muchos canarios y muchos uruguayos que no lo tienen. Para nosotros, las inversiones, sobre todo, son un medio para la creación de empleo y para trabajar de acuerdo a la normativa y a la estrategia departamental como socios de los negocios que se quieran instalar. En este sentido, recibimos propuestas y no solo les damos el visto bueno, fundamentalmente las acompañamos y trabajamos para que puedan concretarse.

#### **¿Cuál es el trabajo de la Agencia cuando llega una propuesta?**

Cuando viene un inversor y dice qué es lo que puede hacer, le contestamos que mejor es preguntar qué es lo que no se puede hacer. Canelones tiene un amplio territorio y las más diversas áreas y posibilidades de negocios. Tenemos todo: rural, industria, turismo, rutas, residencial, servicios, etcétera. Parte de que el desarrollo del departamento esté apuntado por su ubicación estratégica ha sido que hoy tenemos mucha cosa de desarrollo logístico; y en este marco es que tenemos todo para ofrecer. La planificación territorial es parte fundamental del pienso del departa-

tamento y las posibilidades y potencialidades de las inversiones; siempre buscando la convivencia de todos y todo, y cuidando el plano medioambiental.

### **En relación a esto, ¿cómo interactúan con otras unidades de la propia Intendencia?**

Esto fue parte de los logros que ha tenido la agencia, ya que no solo ha sido establecer la unidad, sino generar los procesos y la interacción con otras divisiones de la propia Intendencia y del Estado en general. Se ha mejorado y avanzado mucho en estos temas. Necesitamos tener gente de otras áreas vinculadas y trabajando en el marco de la Agencia, pero tenemos que seguir avanzando en la coordinación e integración de las áreas. Tratamos de ser ágiles en las respuestas y de atender al inversor de la mejor manera posible.

### **¿Cuál ha sido la experiencia o conquista más importante en esta corta historia de la API?**

Las experiencias claves en estos cinco años de la Agencia han sido, primero, salir al exterior. Introducir el concepto de Uruguay Natural, incorporar los temas vinculados a la infraestructura ha sido muy importante, y disponer de profesionales que actúan a muy alto nivel. A los empresarios los acompañamos de acuerdo a nuestras posibilidades. Hicimos 18 misiones en el exterior, no hacemos más por un tema de recursos, y tratamos de sacarles el mayor provecho a las misiones que requieren mucho trabajo antes y después. Hemos trabajado en las misiones

fundamentalmente de la mano de Uruguay XXI; salimos solos dos veces con empresarios canarios y el intendente a Paraguay, donde logramos captar inversiones y ofrecer productos y servicios, y apoyando a empresarios del departamento que lograron insertarse en Asunción.

### **¿Qué es para ustedes Uruguay XXI?**

La experiencia de Uruguay XXI es interesante. Es impresionante lo profesionales que son y el acompañamiento que hacen del empresariado, con todo muy organizado y preparado; tienen un respaldo, y una agenda de trabajo muy estudiada. Buscan y les hacen agenda a los empresarios. Cuando un empresario va solo, tiene más dificultades y es mucho más difícil poder concretar vínculos y los propios negocios. Uruguay XXI es un modelo a seguir, ha sido fuente de aprendizaje y fundamentalmente es con quien tenemos que trabajar de la mano, generando sinergias.

### **¿Qué aspecto del trabajo con la promoción de inversiones destaca usted?**

Llegan muchas propuestas y muy buenas, nos visitan muchos organismos internacionales y participamos en instancias en las que pueden darse oportunidades. En muchas reuniones salen muy buenos negocios; el contacto y el intercambio personal ayudan a entablar los vínculos. Pero para que cualquiera de estos se concrete en proyectos, y se implemente, el trabajo del seguimiento es clave y es el que permite o no que se materialice una idea. También los temas de financiamiento y evaluación se agregaron luego y ello es superimportante. Los resultados no

son inmediatos; surgen ideas y propuestas, y luego hay todo un trabajo para aterrizarlo y ver cómo se puede concretar.

### **¿Qué logro quisiera subrayar?**

El honor de recibir la marca Uruguay Logístico, que otorga el Instituto Nacional de Logística; somos la única intendencia que lo tiene, estamos en condiciones ya que Canelones es la entrada al país y a América del Sur por su ubicación estratégica en Uruguay. Este permiso nos exige y a la vez nos avala ante los inversores.

Otro logro es que API vino para quedarse. En este sentido, una de las mayores conquistas ha sido el reconocimiento que tenemos de parte de Uruguay XXI. Tenemos un desafío en esta etapa de cambio de gobierno nacional y —a los pocos meses— departamental, que es mantener todas estas instituciones que han sido exitosas y claves para el crecimiento y el desarrollo departamental, más allá de las fronteras geográficas locales y nacionales.

Y fundamentalmente el mayor éxito es el reconocimiento de la gente, reconocimiento del cambio que ha hecho Canelones sobre su territorio, el que es posible al haber logrado establecer un modelo de trabajo innovador. Pero esto ha sido el resultado también de poder disminuir los tiempos y aprobar la viabilidad de proyectos y lograr su ejecución.

### **¿Qué temas faltan en agenda?**

Como más relevantes, nos falta un estudio mejor de los países a salir y visitar, detectar las mejores ventajas, nos falta información de





las empresas. Hoy no tenemos inteligencia comercial, algo que Uruguay XXI ha logrado con éxito. Cuando vamos a una misión deberíamos contar con mayor actividad acumulada. Vinculado a esto, nos falta la gente que se integre y también tener capacidades de responder en forma mucho más ágil los temas que se nos presentan. Las capacidades para trabajar pueden ser infinitas, por eso tenemos que tener todo muy bien organizado y optimizar articulando dentro y fuera de la Intendencia.

### ¿El de la Agencia es hoy un modelo a seguir?

Mi país es Uruguay, y hoy trabajamos por nuestro país; tanto el intendente como los equipos trabajamos en esta lógica en pos de apoyar a un proceso país. Hemos tenido la oportunidad de trabajar en proyectos de varias intendencias. Un ejemplo fue lo que nos pasó con una misión china: venían con diferentes giros, venían por Canelones y es-

tuvimos en el hotel Victoria Plaza con la Intendencia de Canelones unidos y trabajando juntos.

Estamos en proceso, tiene carencias, pero es un modelo a seguir y que tiene muy buenos resultados. El Congreso de Intendentes es un espacio para trabajar y compartir, replicar experiencias y coordinar acciones. Una vez nos pasó con la recuperación de IVA que pueden hacer las intendencias respecto de operaciones de inversión pública, nadie lo conocía y nosotros lo trasladamos a conocimiento del resto de las intendencias. Hoy lo usan en muchos gobiernos departamentales. La colaboración en el ser humano está y debe ir más allá del color de la autoridad municipal. Sí tenemos discrepancias, pero lo que se hace bien hay que compartirlo y replicarlo. Además, si viene un inversor a Canelones, pero no quiere quedarse en Canelones, trabajemos para que se quede en Uruguay, que es lo que importa.

### ¿Qué temas hay que reforzar o incorporar, en adelante?

La agenda la marca la gente. Para los próximos cinco años hay que trabajar en la percepción de seguridad, es un tema clave; y en la vivienda y la creación de puestos de trabajo. Tenemos riesgos a nivel del Mercosur, y ese es un aspecto que nos preocupa, pero sabemos que el Mercosur es una plataforma fundamental y que tenemos que seguir trabajando con la región y con otros países. Ha sido notable el aumento de países en términos de vínculos y de comercialización. Tenemos que apostar a la calidad y no a la cantidad, ese es el desafío y el nicho que tiene Uruguay. Canelones es un Uruguay en pequeño y puede apalancar muchos procesos que beneficien al territorio uruguayo más allá del área metropolitana. 🇺🇾

Llevamos lo que sea!

**envigo**

Envigo.uy | 999210525  
envigo\_syh@envigo.uy

**EXPRESS**  
Somos especialistas en el envío punto a punto EXPRESS (en 3 hs levantamos y entregamos)

**WEB**  
Ofrecemos un amigable portal web para personas

**ENVIOS**  
ENVIGO es la primer y única plataforma para que empresas y personas resuelvan envíos de paquetes de todo tamaño de forma inmediata o programada

**PORTAL**  
Ofrecemos portal de autogestión y API's de integración con sistemas de Ecommercey ERP's para empresas