

Enfoque Lunes 13 de julio | 2026

Creó una plataforma de IA que monitorea y genera oportunidades por US\$ 3.000 millones anuales solo en Uruguay (Trexia llegó a Paraguay y quiere conectar a las empresas uruguayas con Europa)

Trexia detecta oportunidades de negocios para sus clientes hasta seis meses antes de que se publiquen y opera sobre un mercado de compras públicas que mueve alrededor de **US\$ 3.000 millones** al año en **Uruguay**, equivalente a entre **10% y 15%** del PIB.



Lo que comenzó como un problema cotidiano terminó convirtiéndose en una startup de inteligencia artificial que busca transformar la forma en que las empresas hacen negocios con el Estado. Trexia, la plataforma uruguaya creada por Mauricio Montaña nació hace poco más de un año para resolver una dificultad muy concreta: reducir las horas que las empresas destinan a buscar y analizar licitaciones públicas. Hoy ya opera en **Paraguay**, proyecta su desembarco en **Europa** y apunta a convertirse en el puente para que compañías uruguayas accedan a oportunidades de negocios en el exterior.

La idea surgió de la experiencia de Montaña durante más de una década trabajando en el área comercial de una multinacional, donde gran parte de su tiempo estaba dedicado a monitorear oportunidades de compra del Estado.

"Trexia nace de las necesidades que uno tenía a diario. Eso me llevaba más de la mitad de la semana buscando e intentando adelantarnos a los negocios que salían del Estado. Cuando conocí el mundo de la inteligencia artificial me explotó la cabeza y dije: 'Es por acá'. Así nació Trexia. Nació para potenciar a las empresas", contó el **CEO a InfoNegocios**.

Lo que inicialmente fue pensado para resolver una necesidad propia rápidamente mostró un potencial mucho mayor. "Cuando logré visualizarlo dije: 'Esto es para todos'. Me di cuenta de que el mismo problema que tenía yo lo tienen todas las empresas que hacen negocios con el Estado", recordó.

La plataforma utiliza inteligencia artificial para analizar más de **200.000** documentos por mes, gestionar más de **100.000** actualizaciones en tiempo real y detectar oportunidades de negocio que se ajustan al perfil de cada empresa. Además, uno de sus diferenciales es el módulo **Compras Futuro**, que identifica procesos de compra antes de que las licitaciones sean publicadas oficialmente.

"Hoy nosotros le estamos trayendo las oportunidades de negocio a las empresas hasta seis meses antes de que se publique una licitación. Pudimos entender cómo el Estado planifica cuáles van a ser sus necesidades y procesamos toda esa información para entregar un pipeline específico para cada empresa", explicó Montaña.

Según datos de la compañía, ese módulo ya identificó oportunidades por **US\$ 1.200 millones** que todavía no llegaron al mercado. En total, la plataforma monitorea más de **10.700** oportunidades y opera sobre un mercado de compras públicas que mueve alrededor de **US\$ 3.000 millones** al año en **Uruguay**, equivalente a entre **10% y 15%** del PIB. Toda esa información proviene de fuentes públicas. "Es información libre que está desperdiciada en el Estado. Nosotros nos conectamos a todas las webs públicas, procesamos esa información y la convertimos en inteligencia para las empresas", afirmó.

Trexia funciona completamente en la nube y adapta sus modelos de **IA** a cada cliente, en lugar de ofrecer una solución estandarizada. Actualmente trabaja con empresas constructoras, laboratorios farmacéuticos, importadores de insumos médicos, distribuidores de productos musicales y hasta productores hortifrutícolas.

"Nosotros entrenamos los modelos a la medida de cada empresa. No somos un enlatado", resumió Montaña.

El modelo de negocio es **SaaS** (software como servicio), con una suscripción mensual que parte de los **US\$ 50** y un período de prueba de un mes durante el cual la empresa configura y entrena el sistema según las necesidades de cada cliente.

Para desarrollar la plataforma, **Trexia** prevé haber invertido cerca de **US\$ 40.000** en tecnología durante su primer año de actividad. Buena parte de esos recursos provino de programas de apoyo de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), mientras que la startup también fue incubada en el Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) de la Universidad ORT Uruguay.

"Si no hubiera sido por **ANDE** no hubiéramos podido emprender. El ecosistema en **Uruguay** es fantástico", destacó el emprendedor.

Pero el horizonte de **Trexia** va mucho más allá del mercado uruguayo. La empresa ya conectó su plataforma con el sistema de compras públicas de **Paraguay** y comenzó a ofrecer a sus clientes locales la posibilidad de identificar oportunidades de negocio en ese país sin necesidad de contar con presencia física.

"Estamos empezando a conectar las empresas uruguayas al mercado paraguayo. En el mismo usuario van a poder ver las oportunidades que tienen en **Uruguay** y también las que aparecen en **Paraguay**", explicó.

La estrategia, sin embargo, apunta a una integración regional más amplia y tiene como siguiente objetivo **Europa**. La empresa ya comenzó a analizar plataformas de compras públicas europeas con la mira puesta en el eventual impulso que podría generar la entrada en vigor del acuerdo entre el **Mercosur** y la **Unión Europea**.

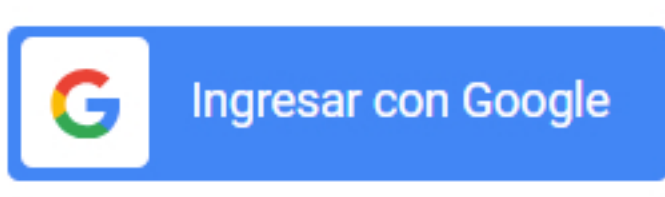
"Nosotros tenemos nuestra línea de expansión atada al acuerdo **Mercosur-Unión Europea**. La idea es permitirles a las empresas europeas mirar el mercado uruguayo y, al mismo tiempo, que las empresas uruguayas puedan empezar a mirar países europeos", señaló.

Para Montaña, la información será el principal activo competitivo cuando las barreras comerciales disminuyan.

"Hoy el transporte, la comunicación y los pagos ya están resueltos. Lo que falta es la información. Nosotros queremos ser ese espacio de trabajo para que las empresas lleguen a esos mercados", afirmó. Ese objetivo resume también la visión de largo plazo de la startup: "Lo que soñamos es conectar **Latinoamérica** con **Europa**. Queremos ser la herramienta que potencie los equipos de negocio de todas las empresas", concluyó.

Compartir con tus amigos de f X in

Tu opinión enriquece este artículo:



Te puede interesar:

Plus

Nace el primer Distrito de Innovación metropolitano de Uruguay (la apuesta para convertir el eje de las rutas 8, 101 y 102 en un polo de ciencia, tecnología e inversiones)

El Mundial de las Marcas

Argentina hizo la épica en Atlanta y en la previa las marcas armaron la fiesta (la sede que bajó el precio de la cerveza)

El Mundial de las Marcas

La Celeste se autoproclamó sponsor de la hinchada cordobesa y multiplicó sus ventas con el Mundial

Te invito a Comer

"Uruguay es un gran país para hacer negocios y producir alimentos" (Juan Angel de la Fuente, director de OKARA y ADP)

Nota Principal

Filas, productos agotados e interés de adultos y chicos (el furor de los juguetes sensoriales que se venden en Uruguay)

Nota Principal

Dolores proyecta una represa de US\$ 21 millones para sumar 10.000 hectáreas bajo riego

InfoNegocios Miami

La guerra de las gaseosas ya no se pelea en la góndola: se pelea en la experiencia (te mostramos cómo y por qué)

InfoNegocios Miami

Cervieri Monsuárez desembarca en Punta del Este con una oficina de 1.300 m² en La Brava

InfoNegocios Miami

El "Rey de la Cinta Adhesiva" que reinventó la moda desde Miami (el boom de modelos - arte más sensuales que en bikinis)

InfoNegocios Miami

Todos lo ganadores de la Bota de Oro (goleadores) en los Mundiales de Fútbol (1930-2022)



SUGERENCIAS

TARJETERO

NEWSLETTER

STAFF



Redes Sociales

FACEBOOK

TWITTER

LINKEDIN

INSTAGRAM

Red IN Argentina

CATAMARCA

CÓRDOBA

INFOENERGÍA

INFOFRANQUICIAS

INFOMINERÍA

INFOSTYLE

INFOTECNOLOGÍA

JUJUY

LITORAL

MENDOZA

NEUQUÉN

PATAGONIA

SALTA

SAN JUAN

SAN LUIS

SANTA FE

SANTIAGO DEL ESTERO

TUCUMÁN

Red IN Mundo

BARCELONA

COLOMBIA

GALICIA

MADRID

MIAMI

PARAGUAY

URUGUAY

VALENCIA