



CAMARA MERCANTIL  
DE PRODUCTOS DEL PAIS

Fundada el 23 de enero de 1891

ORGANIZACIÓN  
EMPRESARIAL

*Nuestra Misión  
es promover la  
producción y  
comercialización  
agroindustrial*

#### NORMATIVA

LEYES, DECRETOS  
Y RESOLUCIONES

#### INFORMES

INFORMACIÓN DE  
ASESORES  
DE LA CÁMARA

#### EVENTOS

FERIAS, CONGRESOS  
Y EXPOSICIONES

#### CAPACITACIÓN

LICENCIATURAS, CURSOS Y  
SEMINARIOS

#### COMERCIO

INFORMACIÓN SOBRE  
REPRESENTACIONES  
DIPLOMÁTICAS  
Y OPORTUNIDADES  
COMERCIALES

Avda Gral Rondeau 1908  
Tel.: 2924 06 44  
Montevideo - Uruguay  
info@camaramercantil.com.uy

# CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS

19 de mayo de 2017

EL ESPECTADOR - POSADAS, POSADAS & VECINO

## BREVE ANÁLISIS SOBRE LEY DE TRANSPARENCIA FISCAL

A fines del año pasado se aprobó la denominada ley de transparencia fiscal (Ley 19.484), que, entre otros aspectos, estableció que determinadas entidades financieras deberán remitir anualmente a la Dirección General Impositiva, información sobre determinadas cuentas de sus clientes.

*Dr. Guillermo Sena*

El pasado 27 de marzo el Poder Ejecutivo dictó el Decreto Nº 77/2017 que reglamentó que este capítulo de la ley de transparencia fiscal.

### **Básicamente ¿qué entidades financieras estarán obligadas a remitir información a la DGI de acuerdo a esta reglamentación?**

Como ejemplos de alguna de las entidades obligadas, podemos mencionar en primer lugar, los bancos dentro de lo que son las entidades de intermediación financiera.

En segundo lugar, podemos encontrar a los corredores de bolsa dentro de lo que las denominadas entidades de custodia, que son aquellas cuya actividad consiste en la custodia o el mantenimiento de ac-

tivos financieros, por cuenta y orden de terceros.

Y, en tercer lugar, las entidades de inversión, que son aquellas que realizan actividades de ejecución de inversión de activos financieros por cuenta y orden de terceros, dentro de las que podemos encontrar a los agentes de valores, y en determinados casos, a los asesores de inversiones.

En cambio, quedan excluidas, por ejemplo, entidades financieras como las AFAPS, las entidades administradoras de tarjetas de crédito, entre otras.

### **Concretamente ¿qué información deberá ser remitida a la DGI?**

Las entidades financieras deberán remitir

>>



UruguayNatural

Puede acceder a mayor información a través de:  
[www.camaramercantil.com.uy](http://www.camaramercantil.com.uy)

información de las cuentas financieras de sus clientes, personas físicas y jurídicas, residentes y no residentes fiscales en Uruguay.

El concepto de cuentas financieras es amplio e incluye las cuentas de depósito, cuentas de custodia y en general cualquier cuenta que se mantenga con entidades financieras.

Respecto a estas cuentas, se debe informar los saldos al final del año civil, los promedios anuales y las rentas de todo tipo que se generen, así como el cierre de la cuenta, en caso esto ocurra. También se deben informar los datos indentificatorios del titular y especialmente, su residencia fiscal, la que en muchos casos se acreditará mediante una declaración jurada del titular de la cuenta.

#### **¿Se exceptúan cuentas en atención al monto u otras razones?**

Se exceptúan las cuentas cuyo saldo o promedio anual al 31 de diciembre, no supere los cincuenta mil dólares, cuyos titulares sean residentes fiscales en Uruguay. A partir del año 2019 ese tope se reduce a veinte mil dólares.

También quedan excluidas las cuentas de no residentes personas físicas, pero solamente aquellas que estuvieran abiertas antes del 31 de diciembre de 2016, y que tengan un saldo o promedio anual al 31 de diciembre, no supere los cincuenta mil dólares. A partir del año 2019

ese tope también se reduce a veinte mil dólares.

Se excluyen expresamente cuentas como por ejemplo las relativas a contratos de seguros de vida, las cuentas asociadas al Programa Tarjeta Uruguay Social del MIDES, y las cuentas abiertas exclusivamente para recibir el pago de gastos comunes, entre otras.

#### **¿Con qué fines podrá ser usada esa información remitida por las entidades financieras?**

La información respecto a los residentes fiscales podrá ser usada por la DGI para el cumplimiento de sus tareas de fiscalización.

Y la información relativa a cuentas de no residentes, será intercambiada con otras administraciones tributarias del exterior, en el marco de los convenios ratificados por Uruguay.

El primer intercambio será en el año 2018, respecto a la información de las cuentas correspondiente al año 2017.

Serán informadas todas las cuentas abiertas por no residentes a partir del 1 de enero de 2017, y respecto a las existentes antes de esa fecha, siempre que excedan el monto de un millón de dólares si su titular es persona física, y doscientos cincuenta mil dólares si su titular es una persona jurídica. Estos montos se reducen para los años siguientes.

## **A las empresas rematadoras de Cabañas y Haciendas Generales, e intermediarios en la compraventa de Campos**

Invitamos a las empresas a publicar en el Boletín Digital de la Cámara Mercantil de Productos del País, el cual es recibido cada viernes por miles de destinatarios, los anuncios sobre las fechas de sus Remates, detallando las condiciones, acceso a catálogos, calidades y cantidades de la oferta, y todo cuanto consideren oportuno difundir para lograr la mayor participación de los interesados y recibir las consultas que resultaren necesarias.

Agradecemos consultar a la dirección de correo:

[gerencia@camaramercantil.com.uy](mailto:gerencia@camaramercantil.com.uy)

sobre los anuncios, textos y fechas de publicación, contribuyendo así con el contenido del Boletín y brindar la más completa información comercial de la plaza, en beneficio de los potenciales interesados.

# CONSIDERACIONES BÁSICAS DEL RÉGIMEN DE CONCURSO

En el último tiempo, son varias las empresas que han optado por solicitar el concurso en vía judicial, con distintos resultados según los casos.

*Dra. Cecilia Demarco*

## ¿Qué implica el concurso de una empresa, sus consecuencias para la empresa y acreedores de la misma?

Para comenzar a introducirnos en el alcance del tema, ¿qué significa en nuestro derecho que una empresa entre o solicite el concurso?

El concurso en nuestra ley está previsto respecto de cualquier deudor, ya sea una persona física o una empresa persona jurídica, que se encuentre en estado de insolvencia. Ahora bien, ¿qué entendemos por insolvencia?; sin entrar en más detalles o particularidades, la ley la considera como aquella situación en la que el deudor no puede cumplir con sus obligaciones. Asimismo, la ley enumera ciertas presunciones de insolvencia, por ejemplo: cuando exista un pasivo superior al activo, o cuando haya incumplido una o más obligaciones que vencieron hace más de tres meses, entre otras.

## ¿Y quiénes pueden solicitar el concurso?

El concurso lo puede solicitar el propio deudor ante su situación de insolvencia, pero también puede pedir el concurso de una empresa cualquier acreedor, es decir aquel que tenga un crédito contra el deudor, esté vencido o no. Esto incluye a los acreedores comerciales, pero también y por demás importantes los acreedores laborales, es decir, los trabajadores a los que se les adeuden rubros salariales.

También la ley habilita a que puedan pedir el concurso los socios personalmente responsables de las deudas de las sociedades civiles y comerciales; los codeudores, fiadores o avalistas del deudor, entre otras hipótesis.

## ¿El concurso necesariamente implica el cierre definitivo de la empresa?

Es muy interesante tu pregunta, ya que es un tema que surge necesariamente al hablar de este tema y es importante aclararlo. La respuesta es no, la ley 18.387 establece expresamente que la declaración judicial de concurso no implica el cese o clausura de la actividad del deudor, salvo que el Juez lo disponga. Además, la ley prevé que el concurso puede culminar con un convenio para el pago de acreedores y con la venta de la empresa en bloque. Este punto es relevante, ya que la ley se ha inspirado en la idea de que el concurso sea un mecanismo para que las empresas no pierdan valor, pero a veces los tiempos de los procesos no lo permiten.

## ¿Y que pasa con los acreedores ante una situación de concurso, por ejemplo los trabajadores es en que situación quedan y qué pasos deben seguir?

Este es un aspecto fundamental de este tema, y por demás relevante. En relación a los acreedores sin distinción de la naturaleza de su crédito, todos quedan comprendidos en el concurso y son alcanzados por sus efectos. Por tanto, deberán proceder a verificar su crédito, lo que supone que una vez el juez resolvió el concurso comienza a correr un plazo para que el acreedor se presente en el Juzgado e informe cuál es el crédito que tiene contra el deudor.

## ¿Y los trabajadores entran en el mismo esquema?

Si, los trabajadores en su calidad de acreedores deben verificar su crédito, sin perjuicio de que en caso de adeudos o reclamos deban iniciar las acciones correspondientes ante la sede laboral. Lo que me parece importante destacar es que el crédito de los trabajadores es considerado en la categoría de créditos privilegiados, lo que significa que en la lista de acreedores que se pueden presentar tiene prioridad para el cobro.

## LA PRODUCTIVIDAD EN LOS SERVICIOS (II)

En la presente entrega culminaremos nuestras consideraciones sobre la productividad en las empresas del sector de los servicios.

*Cra. Virginia López*

### Herramientas para aumentar la productividad en los servicios

De lo expuesto en la primera parte de este artículo queda claro que para trabajar en un aumento de productividad en los servicios no hay que perder de vista el grado de cumplimiento con las expectativas del cliente, y para ello deben realizarse mediciones de la satisfacción del cliente al mismo tiempo que vamos midiendo la eficacia interna de la empresa (el costo de los recursos aplicados al servicio).

Para aumentar la productividad en los servicios se puede trabajar en estrategias que son comunes a la industria, la diferencia está en la forma de medir el resultado, en ambos casos se podrían revisar, entre otros, los siguientes aspectos:

**a)** Los procesos. Puede ser posible reducir costos asociados a un servicio reduciendo tiempo del proceso (por ejemplo realizando tareas en paralelo cuando sea posible) o modificando el mismo. En el caso antes mencionado, puede ser viable que el médico atienda más pacientes en el mismo tiempo, sin afectar la calidad del servicio, si cuando llega el momento de la consulta el paciente ya pasó por el proceso de control de presión, o por ejemplo si todas las personas que van a pedir recetas de

repetición de medicamentos son recibidas por una enfermera que da pase al médico solo en los casos que necesiten además consulta. La logística en determinados servicios es un área específica donde la eficiencia va a tener una incidencia directa en la productividad.

**b)** La tecnología. La inversión en esta área (por ejemplo computadoras y programas) reduce el tiempo aplicado a determinados procesos a la vez que mejora por ejemplo el control y baja la tasa de errores. Los programas informáticos ayudan en la preparación de informes que, en forma rápida, permitirán hacer mediciones sobre los costos internos de la empresa.

**c)** Conocimiento. Invertir en entrenamiento del personal es también una forma de aumentar la productividad (al adquirir más habilidades en determinados procesos) y mantener el nivel del servicio al cliente. Pensemos en el caso de un servicio de venta que ofrezca además la atención de garantías sobre los productos que vende: seguramente se reducirá el tiempo de atención a cada cliente si las personas que atienden el teléfono por reclamos son entrenadas para manejar estas situaciones, siguen un protocolo de preguntas y saben cuándo es el momento de pasar un tema a su supervisor. La atención eficiente

de los reclamos de garantía permitirá mantener la percepción de calidad de servicio al cliente, reteniéndolos, y bajando los costos por reclamo al requerir menos personas vinculadas a estos procesos.

**d)** Incentivos en la remuneración. Como explicamos al principio de este artículo, la complejidad para medir la variación en la productividad en los servicios, hace que incluir un incentivo a pagar en los casos en que la empresa aumente la productividad gracias a la acción de los empleados, sea un mecanismo difícil de implementar. Sin embargo no es imposible. Estos incentivos apuntan por ejemplo a que se logre mayores ingresos con la misma inversión actual. Son fáciles de implementar si pensamos en que un empleado logre captar nuevos clientes al visitarlos, o aporte ventas específicas a la empresa. En estos casos lo que es importante es que la captación de nuevos clientes no sea a costa de perder foco en los actuales, o que las ventas logradas sean efectivamente cobradas, es decir, no perder de vista que el incentivo en este caso está pensado por productividad (no por ingreso) y por tanto debe pagarse cuando hay un real aumento de la diferencia entre ingresos y costos.

**e)** Revisión de proveedores. Es impor-

tante, cada cierto tiempo, revisar los costos y productos que ofrecen los proveedores habituales contra otros proveedores potenciales, como una alternativa más para mejorar el costo de los insumos que finalmente se utilizan para el servicio brindado y que por tanto forman parte de los costos totales del servicio (pensemos por ejemplo en un restaurante). La contratación de nuevos proveedores lleva implícito un riesgo en el grado de cumplimiento de los mismos con

los aspectos de calidad, tiempo y garantías, por lo que no es aconsejable que los cambios de proveedores sean demasiado frecuentes, si bien es saludable que estas revisiones se hagan cada tanto tiempo.

f) Transferencia de ciertas actividades a proveedores externos (outsourcing). Del análisis de costos internos puede resultar más barato contratar a terceros para la realización de determinadas actividades que no repre-

sentan el centro del negocio, a que sean realizadas internamente.

En resumen, más allá de la estrategia o combinación de estrategias elegidas, el gran desafío sigue siendo encontrar un mecanismo confiable para la medición de resultados que aporte visibilidad sobre si los cambios implementados lograron efectivamente aumentar la productividad sin perjudicar el nivel de calidad del servicio brindado.

# Mayo 2017 Promoción lanzamiento

[info@ude.edu.uy](mailto:info@ude.edu.uy)

**Programa  
Internacional de  
Dinámica Empresarial**

**Programa  
Especialización  
en Management**

**Programa  
de Actualización  
Financiero y Bursátil**

**Programa  
de Actualización  
Profesional Contable**

 Universidad de la Empresa

 @UDE\_Oficial

 Universidad de la Empresa

 @UDE\_uy

[ude.edu.uy](http://ude.edu.uy)

**UDE**  
UNIVERSIDAD DE LA EMPRESA



A solicitud de la **Directora Representante Empresarial Bps Cra. Elvira Domínguez**, informamos que las **empresas disponen de una nueva funcionalidad «Historia Laboral por Empresa-Persona»** dentro del servicio en línea **Consultas de Cálculos y declaraciones (Recaudación Nominada)**.

Esta nueva consulta permite al **usuario registrado de la empresa** acceder a la **Historia Laboral de los trabajadores** vinculados a la misma.

Se señala que mediante esta funcionalidad únicamente se podrá visualizar la información registrada en la empresa.

Secretaría Representación Empresarial Bps

2400 0151 internos 3506 - 2920

## Se alquila: LOCAL PARA DEPOSITO

**CUAREIM 2030 y GUATEMALA 1220**

**ALQUILA PROPIETARIO**

**TRATO DIRECTO**

**2.000 Metros con 3 Entradas para Camiones**

En la AGUADA. Alquilo local, superficie 2.000 metros, próximo a la Torre ANTEL, con frente a dos calles, con tres entradas para camiones. Área grande de depósito casi sin columnas y gran altura, techos nuevos. Lugar para oficinas, vestuarios.

**094 40 15 82**

**ggpinversiones@gmail.com**

www.pwc.com.uy

# Vía Rápida

## Incorporación de nuevos documentos al régimen de Comprobante Fiscal Electrónico (CFE)

Mayo 2017



Recientemente fueron incluidos, a través de la Resolución de DGI 2.438/2017 en el régimen de Comprobante Fiscal Electrónico (CFE) las “E- Boletas de Entrada”, “Nota de Crédito de E-Boleta de Entrada” y “Nota de Débito de EBoleta de Entrada”.

La incorporación de estos documentos al régimen de CFE es obligatoria, para aquellos contribuyentes que compren a un vendedor no emisor electrónico siempre y cuando no sea obligatoria la documentación de dicha operación. En la “EBoleta de Entrada” se podrán documentar asimismo, las retenciones y percepciones.

La incorporación de estos documentos al régimen de CFE es obligatoria, para aquellos contribuyentes que compren a un vendedor no emisor electrónico, siempre y cuando estos vendedores no tengan la obligación de emitir la documentación respaldatoria de la operación de acuerdo con lo previsto por el artículo 54° del Decreto 597/988.

La recientemente emitida resolución dispone que en la “EBoleta de Entrada” se podrán documentar asimismo, las retenciones y percepciones asociadas a la operación.

Tendrán plazo para incluir los nuevos comprobantes hasta el 1° de diciembre de 2017 los contribuyentes que a esa fecha sean emisores electrónicos y aquellos que hayan solicitado su ingreso al régimen de CFE.

Los emisores electrónicos que comiencen a documentar operaciones comprendidas en esta disposición dispondrán de 90 días para solicitar incluir en el régimen de CFE a las “EBoleta de Entrada” y sus correctivos a partir de la primer operación.

A partir del 1° de diciembre de 2017 las postulaciones al régimen de los contribuyentes que documenten de esta forma sus compras, deberán incluir los nuevos comprobantes.

La Resolución 2438/2017 establece también disposiciones en cuanto a

datos identificatorios que estos documentos deberán incluir.

### Contactos

**Patricia Marques**[patricia.marques@uy.pwc.com](mailto:patricia.marques@uy.pwc.com)**Pierina de León**[pierina.de.leon@uy.pwc.com](mailto:pierina.de.leon@uy.pwc.com)

### Montevideo

Cerrito 461, piso 1

11.000 Montevideo, Uruguay

T: +598 29160463

### WTC Free Zone

Dr. Luis Bonavita 1294 , piso 1, of.106

11.300 Montevideo, Uruguay

T: +598 2626 2306

### Zonamerica Business & Technology Park

Ruta 8, km 17.500 Edificio M1, oficinas D

91.600 Montevideo, Uruguay

T: +598 25182828

### Punta del Este

Avda. Córdoba y Tailandia

20.000 Maldonado, Uruguay

T: +598 42248804

## Razón de Ser de una Gremial

Objetivos similares, conquistas a realizar, Intereses comunes, son algunas de las razones que justifican la aparición de una gremial.

La conjunción de esfuerzos en pos de la mejora de la actividad, es un elemento determinante para obtener logros y la gremial es el vehículo indicado.

El gremio fortalece, educa, ofrece cultura de pertenencia a la actividad, fomenta la unión, estimula, es un instrumento indispensable en busca de alcanzar resultados que se anhelan.

*Extraído de la publicación de la Asociación de Promotores Privados de la Construcción (APPCU): En Obra, abril de 2012.*

## PRODUCTOS AGRÍCOLAS - COTIZACIONES EN URUGUAY

PANORAMA DE LA SEMANA LOCAL, SEGUN LA COMISIÓN DE INFORMACIÓN DE PRECIOS Y COMENTARIOS DE CEREALES Y OLEAGINOSOS DE LA CAMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAIS

PRODUCTOS (Precio por tonelada en U\$S)	VIERNES 12/05/17	VIERNES 19/05/17	PAGO
<b>TRIGO</b>			
PAN - grado 2: DON sujeto al decreto 533/001 de 28/12/2001			
granel, puesto en Montevideo - PH78, FN280, Proteína.12%	180	185	-
Exportación: PAN Zafra 2016/2017, Granel, puesto en Nueva Palmira			
PH 78 - Compradores	Nominal	Nominal	-
Export:CONDICIONAL Zafra 2016/2017 Granel, puesto en Nva.Palmira			
PH 75/80 - Compradores	Nominal	Nominal	
Exportación FORRAJERO Zafra 2016/2017, Granel, puesto en Nva. Palmira			
PH 72 - Max. 5 PPM DON	Nominal	Nominal	
Exportación: Zafra 2016/2017, Granel, Puesto en Nva. Palmira	145/150	145/150	
Afrechillo de Trigo	150	150	15/20 días
Pellets de Afrechillo - Puesto en establecimiento	150	150	15/20 días
<b>MAIZ</b>			
SUPERIOR - Puesto en Montevideo	185	185	
BUENO - Puesto en Montevideo	180	180	
Exportación, puesto en Nueva Palmira - Zafra 2016	-	-	
Importado, partido, a retirar de depósito Montevideo	-	-	-
Importado, entero, puesto en Montevideo	190	185/190	-
<b>SORGO</b> (14% de humedad, sano y limpio puesto en Montevideo)	135	135	-
Importado puesto en Montevideo	-	-	-
<b>AVENA</b>			
Superior	180	180	-
Buena	170	170	30 días
Importada	-	-	-
<b>ALPITE</b> (sano y seco hasta un 5% de cuerpos extraños)	500	500	-
<b>CEBADA</b> - Puesta en Montevideo			
Forrajera Buena	140/150	140/150	-
Forrajera Regular	130/140	130/140	-
<b>GIRASOL</b>			
Industria - Puesto en en Montevideo	Nominal	Nominal	-
Exportación - Puesto en Nueva Palmira	Nominal	Nominal	-
Harina de girasol - Base 32/33	Nominal	Nominal	-
<b>SOJA</b>			
Industria - Puesta en Montevideo	326/345	325/340	-
Exportación - Zafra 2016 - Puesta en Nueva Palmira - Compradores	-	-	-
Exportación - Zafra 2017- Puesta en Nueva Palmira - Compradores	325/333	320/335	-
Harina de soja, 46% Proteína, 1,5% Grasa, Profax 47/50	345/355	329/339	-
<b>CANOLA</b>			
Industria - Puesta en Montevideo	Nominal	Nominal	-
Harina de Canola - 32% Proteína, 1,6% Grasa	220/230	235/240	-
<b>PRODUCTO POR 100 KILOS EN \$</b>			
<b>ALFALFA</b> - A levantar			
Especial	420	420	-
Común	Nominal	Nominal	-
<b>MEZCLA</b> - A levantar			
Especial	320	320	-
Buena	Nominal	Nominal	-

Fuente: Cámara Mercantil de Productos del País






**UNIÓN DE CONSIGNATARIOS Y REMATADORES DE LANA DEL URUGUAY  
INTEGRANTE DE LA CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS**



PRECIOS DE LOTES DE LANA SUPERIOR A SUPRA , A LEVANTAR DE ESTANCIA (EN DÓLARES POR KILO)

**Semana al 18 de mayo de 2017**

RAZA	MICRONAJE	SIN ACONDICIONAR PROMEDIO	GRIFA CELESTE PROMEDIO	GRIFA VERDE PROMEDIO
Merino Súper fino	Menos de 17,9			
Merino Súper fino	18,0 a 18,9			
	19,0 a 19,9			
Merino Australiano / Dohne	20,0 a 20,9			
	21,0 a 21,9			
Merino/Ideal/Cruzas	22,0 a 22,9			
Cruzas Merino/Ideal/Merilín	23,0 a 23,9			
	24,0 a 24,9			
Cruzas finas	 Debido a que esta semana no se realizaron operaciones, la <b>Unión de Consignatarios y Rematadores de Lana del Uruguay</b> , integrante de la Cámara Mercantil de Productos del País, no publicará precios			
Corriedale Fino				
Corriedale Medio				
Corriedale Grueso	29,0 a 29,9			
	30,0 a 31,5			
Corriedale muy grueso/ Romney Marsh	31,6 a 34,0			
Romney Marsh	Más de 34,1			
Barriga y Subproductos Finos				
Barriga y Subproductos General				
Cordero Fino				
Cordero General				



**No compramos su lana, pero sí vamos a venderla al mejor precio del mercado**

*Unión de Consignatarios y Rematadores de Lana del Uruguay* integrante de la Cámara Mercantil de Productos del País

**¡Usted decide!** Elija su consignatario de confianza

ARROSA Y MUÑOZ LANAS LTDA. 2924 0166  
BRUNO ARROSA Y CÍA. S.A. 2711 0373  
ESCRITORIO DUTRA LTDA. 2924 9010  
ESCRITORIO ROMUALDO RODRÍGUEZ LTDA. 2924 0461  
GAUDIN HERMANOS S.R.L. 4733 4086

GERARDO ZAMBRANO Y CÍA. S.A. 2924 8994  
GONZALO BARRIOLA Y CÍA. S.A. 2711 5827  
FRANCISCO DOTTI SOCIEDAD COMERCIAL 2412 2718  
MEGAAGRO HACIENDAS LTDA. 4733 7911  
VICTORICA CONSIGNACIONES S.R.L. 2924 8863

**SU PRODUCCIÓN BIEN DEFENDIDA Todo el año**

\*Se autoriza la reproducción total de la presente publicación, solo en caso de citar la fuente:  
Unión de Consignatarios y Rematadores Laneros del Uruguay

## LANA - EXTERIOR

**AUSTRALIA:** El indicador termina ubicándose al alza en US\$ 1135 en un marco de fuerte suba del tipo de cambio, y con apenas una oferta de 35.000 fardos que provocaron relativa estabilidad en el mercado. El IME permanece en niveles por encima de los alcanzados un año atrás.

Los remates continúan la próxima semana con 36.343.

**Exportaciones Australia:** (periodo julio a febrero 2017 – últimos datos publicados por AWEX)

El 91% de las exportaciones son de lana sucia, el 3% lavada y el 7% carbonizada. En la nueva zafra que se inició el pasado mes de julio, China continúa liderando el destino de las exportaciones de Australia con un 73.8% mientras que India permanece en segundo lugar con un 6.6%, Italia pasa a ocupar el tercer lugar junto con República Checa con un 4.7% y Corea en cuarto lugar con un 4.4%, siguiéndole Egipto con un 0.9% y Malasia con un 0.8%. El país que tuvo el mayor incremento en las exportaciones es China mientras que India lidera el ranking de los países con bajas en las compras.

**NUEVA ZELANDA:** Con una subasta de 7603 fardos la demanda compró el 81%, con precios que registraron subas

en moneda local y en dólares americanos en un marco de fortalecimiento de la moneda. La lana de 33 a 35 micras se ubica en los US\$ 2.80 y las lanas con micronaje mayor a 35 micras disminuyen a los US\$ 2.60.

El próximo remate es el 25 de mayo con 7.300 fardos ofertados en la Isla Norte.

**Fuente:** *New Zealand Wool Services International Limited.*

**SUDAFRICA:** Los precios registraron subas en la mayoría de las categorías en moneda local pero bajas en dólares americanos, ante un marco de menor volumen. La demanda por lana de buena calidad y largo se mantiene firme. La moneda se debilitó respecto al dólar americano y con una oferta de poco volumen 6.657 fardos y 97.6% el porcentaje de venta. Las lanas de 20 micras aumentaron a US\$12.08 y las lanas de 21 micras se ubicaron a la baja en US\$ 10.81. Modiano, Standard Wool, Stucken & Co. y Lempriere compitieron firmemente.

El próximo remate está agendado para el 24 de mayo con 10.454 fardos.

**Fuente:** *Elaboración SUL en base a datos de CAPEWOOLS.*

*Exterior: Fuente SUL*



ASOCIACIÓN  
DE CONSIGNATARIOS  
DE GANADO

**MERCADO DE HACIENDAS**

[http://acg.com.uy/semana\\_actual.php](http://acg.com.uy/semana_actual.php)

## PRECIOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Diariamente se pueden consultar los precios de los productos frutícolas y hortícolas a través del teléfono 2508 14 88

Es un servicio de la Unidad de Información Comercial del Mercado Modelo

**[www.mercadomodelo.net](http://www.mercadomodelo.net)**

**ASOCIACION URUGUAYA DE INDUSTRIAS  
DE NUTRICIÓN ANIMAL**

CAMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAIS

**COTIZACIONES DE INSUMOS  
A LA FECHA Y COMPARATIVO CON DOS SEMANAS ANTERIORES**

	05/05/17	12/05/17	19/05/17
Harina de carne y hueso 50/45	14,00	14,00	14,00
Harina de carne y hueso 40/45	12,60	12,60	12,60
Harina de sangre	13,50	13,50	13,50
Harina de pescado	17,00	17,00	17,00
Sebo granel	21,00	21,00	21,00
Maíz		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
Sorgo		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
Trigo		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
<b>POR TON. (EN U\$S)</b>			
Harina de girasol		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
Harina de soja		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
Afrechillo de trigo		Ver pizarra de la C.M.P.P.	
Afrechillo de arroz	150	150	150
Oleína (granel)	650+IVA	650+IVA	650+IVA

**CUEROS LANARES, VACUNOS Y CERDAS**

Cotizaciones Contado Piso Barraca Montevideo

<b>CUEROS VACUNOS SECOS:</b>	<b>\$ LOS 10 KILOS</b>
Vacunos, al barrer, sanos	120.00 a 140.00
Vacunos, al barrer, maldesechos	12.00 a 14.00
<b>PIELES LANARES:</b>	<b>\$ LOS 10 KILOS</b>
3/4 lana arriba lotes generales sanos	140.00 a 160.00
3/4 lana arriba lotes generales maldesechos	14.00 a 16.00
<b>\$ POR UNIDAD</b>	
1/4 y 1/2 lana lotes generales sanos	20.00 a 30.00
1/4 y 1/2 lana lotes generales maldesechos	2.00 a 3.00
Troncos y tronquitos lotes grales. sanos	Nominal
Troncos y tronq. lotes grales. maldesechos	Nominal
Pelados lotes generales sanos	Nominal
Pelados lotes generales maldesechos	Nominal
Borregos (según altura de la lana) sanos	Nominal
Borregos (según altura de la lana) maldesechos	Nominal
Corderitos de 1ra. y 2da. cada uno	18.00 a 20.00
Corderitos de 3ra. cada uno	1.80 a 2.00
<b>Continúa el desinterés a nivel internacional</b>	
<b>CERDA POR 10 KG.</b>	
De vaca, de potro (mezclas)	130.00

Información proporcionada por la Comisión de Precios de Lanas y Cueros de la Cámara Mercantil de Productos del País.

**ALIMENTOS BALANCEADOS**

PRECIOS PROMEDIOS PARA LOS DIFERENTES TIPOS, PARA CRIADEROS, POR KILO Y A RETIRAR DE PLANTAS.

INICIADOR PARRILLERO.	U\$S 0,425
TERMINADOR PARRILLERO.	U\$S 0,424
B.B.	U\$S 0,405
RECRÍA.	U\$S 0,345
PONEDORAS PISO.	U\$S 0,377
PONEDORAS JAULA.	U\$S 0,370
INICIADOR LECHONES.	U\$S 0,415
LECHONES.	U\$S 0,390
CERDAS EN GESTACIÓN.	U\$S 0,280
CERDAS EN LACTACIÓN.	U\$S 0,325
CERDOS ENGORDE.	U\$S 0,315
CERDOS RECRÍA	U\$S 0,305
CONEJOS.	U\$S 0,450
TERNEROS INICIACIÓN	U\$S 0,400
TERNEROS RECRÍA	U\$S 0,350
TOROS.	U\$S 0,335
LECHERAS.	U\$S 0,300
LECHERAS DE ALTO RENDIMIENTO.	U\$S 0,345
CARNEROS.	U\$S 0,340
EQUINOS.	U\$S 0,410

**COMENTARIO SOBRE EL MERCADO DE RACIONES:** Al igual que en la semana anterior, se comercializan estos alimentos acorde con los precios de la escala respectiva.

## NIDERA URUGUAYA S.A.

Exportadores de cereales  
Oleaginosos y Subproductos

Rbla. 25 de Agosto de 1825 N° 440 - P.1°  
Teléfonos: 2916 02 79 - 2916 02 88  
Fax: 916 28 81

## BARRACA GONZALEZ LAMELA

CEREALES - FORRAJES - RACIONES

Av. San Martín 2214-20  
Tel.: 2203 57 14  
Telefax: 2208 03 62

## LANAS TRINIDAD S.A.

Exportación Lana Peinada

Miami 2047  
11500 - Montevideo  
Tels. 2601 00 24 / 2606 18 19  
Fax 2606 00 32  
E-mail: CwUruguay@wtp.com.uy  
www.lanastrinidad.com

## LAVADERO DE LANAS BLENGIO S.A.

Planta industrial:  
Ruta 1 Km. 48,800  
Paraje Buschental s/n  
80100 Libertad, San José  
Tel/fax 4345 4203 - 4345 4445  
Administración:  
Gral. Fraga 2198 | C.P.: 11800 |  
Montevideo  
e-mail: lavbleng@adinet.com.uy

## THOMAS MORTON S.A.

Exportaciones de Lanas  
Importación - Representaciones

César Díaz 1208  
Tels.: 2924 4158 / 2924 5837  
Fax: 2924 4110  
E. Mail: tmorton@adinet.com.uy

## ZAMBRANO Y CÍA.

Consignatarios de Lanas  
Negocios Rurales

Cuareim 1877  
Tels. 2924 8994 - FAX: 2924 4775  
www.zambrano.com.uy

## ENGRAW EXPORT E IMPORT Co.S.A.

Exportación y  
Peinadura de Lana

Julio César 1085  
Tels.: 26289768 - 26222191  
Fax: 22150191  
E mail: engraw@engraw.com.uy

## URIMPEX S.A.

Fundada en 1947

### MIEL DEL URUGUAY

Exportación - Envasado  
Compra-Venta de:  
MIEL - CERA - PROPOLES  
POLEN - REINAS  
Gral. Pacheco 1123/25 - Tel.:  
2924 3249 - Fax: 2924 3275  
Tel. gratuito: 0800 1885  
E.mail: urimpex@adinet.com.uy

## MONTELAN

Scoured wool since 1959

montelan@montelan.com  
www.montelan.com  
Teléfono: 2710 9242

MANTAS *Don Baez*  
DE LANA 

## MYRIN S.A.

LOGÍSTICA EN GRANELES  
PRIMERA PLANTA DE SERVICIOS  
DE ACONDICIONAMIENTO DE  
GRANOS DE MONTEVIDEO

PLANTA DE SECADO Y  
PRELIMPIEZA PARA 60 TONS/HORA  
ACONDICIONAMOS Y  
ALMACENAMOS LOTES  
DESDE 300 TN  
RECIBIMOS EN CAMIÓN Y POR AFE  
LLENADO DE CONTENEDORES  
CON GRANELES  
SERVICIO INTEGRAL HASTA  
BODEGA DEL BARCO

Camino Durán 4200 esq. Cnel. Raíz  
Tel.: 2323 90 00  
e-mail: myrin@netgate.com.uy

## FS&A

Fernández Secco & Asociados

PROPIEDAD INTELECTUAL  
MARCAS Y PATENTES  
Desde 1980

Montevideo - Uruguay  
25 de Mayo 467 of 501  
Tel.: (598)2916 1913  
fax: (598)2916 5740  
www.fernandezsecco.com  
info@fernandezsecco.com

## MOLINO RIO URUGUAY S.A.

Gral. Aguilar 1215  
Tels.: 2203 47 40 - 2203 51 20  
Fax: 2200 93 32  
E-mail:  
mru@molinoriouruguay.com

## MOLINO NUEVA PALMIRA S.A.

Carlos Cúneo y Felipe Fontana  
(Nueva Palmira )  
Tel. 4544 6133 - 4544 6094  
Gral. Rondeau 1908 Esc. 8, 9 y 10  
(Montevideo)  
Tel. 2924 06 45 - 2924 06 68

## Términos y condiciones de uso

La Cámara Mercantil de Productos del País, no se responsabiliza por la interpretación o mala interpretación de lo expuesto en su sitio web o en las consultas al mismo, ni de su uso indebido, ni de perjuicios reales directos, o indirectos o supuestos, invocados por quienes fueran inducidos a tomar u omitir decisiones o acciones, al consultar el sitio o sus servicios.

El material publicado en el sitio web de la Institución, tiene como único propósito, brindar información a cualquier visitante, sin que ello implique responsabilidad alguna respecto de la exactitud de los datos que están volcados en el mismo.

La información de precios de los diferentes productos, son simples datos de referencia o de medición del mercado, siendo variables y oscilantes, según la

oferta y demanda en plaza.

Quien acceda a este sitio, acepta que toda la información que se encuentra en el mismo y los errores o las omisiones en que se incurra, no podrán ser utilizados como base de cualquier reclamo o demanda o causa de acción legal. De igual forma, la información o cualquier opinión expresadas en este sitio, no constituyen de manera alguna, ni suponen, un asesoramiento, calificación o sugerencia de compra o de venta de producto alguno, ni debe servir como base para decisiones de inversión. Cada lector deberá consultar a su asesor legal, impositivo, agente de negocios o asesor que considere oportuno.

La Cámara Mercantil de Productos del País, tampoco garantiza ni se adhiere a la información y opinio-

nes vertidas en su sitio web, siendo el contenido de los mismos de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores.

Queda expresamente aclarado que la Cámara Mercantil de Productos del País no emite juicios de valor de ningún tipo en los informes que brinda, ni tampoco tiene responsabilidad alguna sobre las decisiones a las que el receptor de dichos informes arribe; ya que éstas son producto de sus facultades discrecionales. La información que brinda nuestra Institución, ha sido obtenida de medios públicos y/o privados, considerados confiables, y queda exenta de responsabilidad acerca de la precisión, exactitud y/u omisión en los datos exhibidos en sus servicios de información, ya que éstos son generados por las fuentes citadas en cada caso.