



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

2 de agosto de 2019

InTrade
GLOBAL BUSINESS

FERIA DE CANTON EN CHINA – OCTUBRE 2019

CHARLA INFORMATIVA

Tenemos el agrado de invitarlos a participar de la charla informativa que realizaremos el próximo martes 6 de agosto para brindar información sobre la Feria de Cantón en China que se llevara a cabo a partir del 15 de octubre de 2019.

La Feria de Cantón es la principal feria de negocios de China y del mundo, donde exponen más de 25.000 empresas, abarcando todos los rubros de productos de consumo, insumos, maquinaria, etc.

Sin lugar a dudas es una experiencia de negocios inigualable y que estamos seguros traerá importantes oportunidades de negocios para su empresa.

Durante la charla se brindará información general sobre la feria, aspectos logísticos del viaje, temas prácticos relacionados con la participación en la feria y en el relacionamiento con las empresas chinas, y se evacuarán las dudas que puedan tener los participantes.

Fecha: Martes 6 de agosto de 2019

Hora: 9:30 hs.

Lugar: Sala de Conferencias de la Cámara Mercantil del Productos del País.

Dirección: Av. Rondeau 1908 esq. Llma

La participación es sin costo, previa confirmación de participación al mail info@intrade-net.com, al teléfono 2705 6814 o por whatsapp: 092 845 496.

Esperamos contar con su participación.

Saludos,

InTrade – Global Business

Juan Parra del Riego 970, Montevideo, Uruguay.
Tel./Fax: (598) 2705 68 14
E-mail: info@intrade-net.com - www.InTrade-net.com

Puede acceder a mayor información a través de:
www.camaramercantil.com.uy

CARNE

China requiere más de lo que hay en el mundo

El panorama es inmejorable para el negocio, con demanda y buenos precios asegurados, y un tratado comercial con la Unión Europea

Lucas Farías y Ruben Silvera

Ni toda la carne vacuna que se produce en el mundo alcanzaría para saciar la demanda china. El país asiático venía incrementando notoriamente sus importaciones de carne en los últimos años, demanda que se multiplicó exponencialmente luego de la aparición de la fiebre porcina africana.

«Estoy viendo algo que nunca vi. En el mundo se comercializan 30 millones de toneladas de carne de las tres principales especies (vacuna, de pollo y de cerdo). Es un montón. Pero las predicciones del faltante de la carne de cerdo en China ya se aproximan más a 15 millones que a los 10 millones que se creía hace un año y medio o dos. Por lo tanto, la caída de la producción de cerdos en China puede ser parecida a la mitad de la cantidad de carne de las tres especies que se comercializa en el mundo. Con estos datos uno empieza a tomar referencia del drama del faltante de carnes, que es imposible de resolver por el momento», dijo Víctor Tonelli, empresario argentino del rubro cárnico, en el marco de una jornada que organizó la Asociación de Consignatarios de Ganado.

El analista, que es referente en el rubro, agregó que «es tal el faltante, que aún no lo vemos en los precios, aunque los chinos pagan 20% o 25% más de lo que venían pagando. Pero ni los propios chinos aún tienen conciencia de la gravedad de esta situación, porque se viene en caída libre y aún no se llegó al fondo».

Tonelli señaló que los precios de las carnes de pollo y cerdo entre 2009 y 2019, según la evolución del Índice de Precios de la FAO, casi no tuvo cambios hasta la fiebre porcina en Asia, lo que mostraba que oferta y demanda estaban relativamente cómodas.

Sin embargo, la evolución de precios de la carne vacuna mostraba que la oferta era insuficiente para satisfacer una demanda que, ante la escasez, pagaba mayores precios.

El mercado mundial de carne vacuna creció 23% en los

últimos años, y es probable que no haya crecido más porque no había más oferta.

«Cuando hay desequilibrios entre oferta y demanda, los precios dicen si alcanza o no el producto. Y claramente, ya antes de la fiebre porcina, la oferta de carne vacuna era menor a la demanda. Ya estábamos montados en un negocio donde la demanda quería más. Muy pocos otros productos en el mundo, salvo las nuevas tecnologías, podían mostrar esto», subrayó el analista argentino.

Dijo que «si tomamos conciencia de que estamos en uno de los pocos negocios donde la demanda quiere más, está insatisfecha, y tiene plata para presionar por la escasez, muchos de nuestros problemas los miraríamos de otra manera. Esto es algo maravilloso para los que podemos ser oferentes de carne».

Hasta hace seis años China no importaba carne vacuna, y en la actualidad es el principal comprador. Una parte importante de su población accedió al consumo de un producto que no conocía. El país generó grandes stocks de carne, al absorber 30% del mercado internacional, y frenó circunstancialmente las compras porque ya no tiene donde almacenarla.

Al comparar las importaciones chinas de carne en el primer cuatrimestre de 2019, respecto a igual período de 2018, se observa que aumentaron 110%, cuando ya venía de un aumento muy significativo; y el 75% de esa carne es abastecida por el Mercosur.

«Pero tiene que poner gaita para llevársela, y se la va a pelear a los compradores tradicionales», dijo Tonelli.

En este marco, Israel, por ejemplo, empieza a perder terreno en la participación de mercados. «Argentina ya exporta 70% de su carne a China, y todavía no empezó a exportar con hueso. Ya no es negocio decirle a los israelíes

>>

que vengan, porque es un problema, bajan 30% la velocidad de la noria y pagan menos que los chinos. Van a tener que pagar US\$ 1.000 o US\$ 1.500 más, o no se les va a vender... Había países que antes ponían los precios, pero hoy los precios los ponen los chinos», sostuvo.

Sobre la posibilidad de seguir atendiendo a clientes tradicionales, aunque con un menor volumen y resignando precio, pensando en la importancia de la diversificación de mercados, respondió que eso dependerá de la espalda financiera de cada exportador y de la filosofía de cada empresa.

«Siempre mantuve relaciones de largo plazo y aún en las peores circunstancias estuve dispuesto a perder algún centavo para mantener la relación con los clientes. Pero cuando los centavos se transforman en dólares uno ya piensa dos veces. Hoy eso es lo que está pasando», dijo. Tonelli admitió que no elegiría esta alta dependencia del mercado chino, porque un futuro imprevisto puede hacer que se derrumbe todo, pero dijo que es algo que está dado. Comentó que nadie indica que podría cambiar esta «demanda brutal», porque la fiebre porcina «ya no es un problema de ese país, ni de la región asiática, sino mundial».

Agregó que lo que más le preocupa es evitar problemas sanitarios, porque eso sí afectaría el negocio. «Son cosas que pueden ocurrir y que han ocurrido», advirtió. Además, consideró probable que China este año se lleve 70% u 80% de las exportaciones cárnicas de Uruguay y de Argentina, porque necesita el producto y porque tiene la plata para pagarlo.

El broker uruguayo Michel Decker, que mantiene una importante actividad comercial en China, destacó que ese país se consolida como el principal importador de

carne vacuna del Mercosur, a pesar de que Paraguay no mantiene relaciones comerciales con ese mercado, de que muchas plantas de Argentina y Brasil no están habilitadas para exportar, y de las limitaciones de producto.

Confirmó que la fiebre porcina impactó en el mercado de la carne vacuna, y que se cree que China tendrá que incrementar 40% la importación de carne de cerdo, o buscar sustituirla. La carne de cerdo es la principal proteína consumida en ese país, con más de 50 kilos por persona por año, mientras que el consumo promedio de carne vacuna es de apenas 5 kilos.

En síntesis, el panorama es alentador desde el punto de vista de la demanda, que viene creciendo año a año y con precios que son importantes, y eso representa muchos desafíos, porque la oferta no alcanza.

La demanda quiere respuestas inmediatas y no hay tiempo a prepararse, lo que no es tan bueno, porque «puede llevar a decisiones políticas inadecuadas, para preservar los precios internos o tomar otras decisiones», advirtió.

Los analistas creen que la fiebre porcina llevará mucho tiempo para solucionarse, y por lo tanto, el panorama marca que la demanda se multiplicará respecto a la que ya se presentaba.

Se considera, además, que en este contexto llegarán muchas empresas chinas queriendo invertir en la producción e industrialización de las carnes en el Mercosur.

Panorama interno

El panorama también parece inmejorable para el sector productivo uruguayo. La primavera pasada pareció durar

>>

URIMPEX S.A.

Fundada en 1947

MIEL DEL URUGUAY

Exportación - Envasado

Compra-Venta de:

MIEL - CERA - PROPOLEOS 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



nueve meses, con lluvias frecuentes y también días de sol, que permitieron un excelente desarrollo forrajero, que benefició a la producción ganadera en todos los eslabones de la cadena.

En la cría se lograron altos porcentajes de preñez, en relación al promedio histórico de Uruguay, ubicándose en 80,6% en el resultado promedio del Taller de diagnósticos de gestación vacuna, realizado en INIA Treinta y Tres. Si bien el promedio país luego se ubica alrededor de 10% por debajo de ese resultado, la noticia igual es considerada como muy positiva por todos los actores del sector, ya que la demanda de carne es muy superior a la oferta.

El sector invernador también atraviesa un muy buen momento, no solo por la buena disponibilidad de alimento para engordar los ganados, sino por los precios que volvieron a registrar niveles históricamente altos. El novillo gordo superó los US\$ 4 por kilo en cuarta balanza, y eso no se debió a la escasez de la categoría –por los altos volúmenes de terneros en pie exportados en los años anteriores–, sino por la fuerte demanda de carne del exterior, ya que esa tendencia alcista fue acompañada por las demás categorías de haciendas gordas, como las vacas y vaquillonas.

Y si bien los precios de la reposición son altos, lo que es positivo para criadores y recriadores, los números siguen siendo favorables para los invernadores, y prueba de ello es que las empresas exportadoras de ganado en pie quedan fuera de competencia frente a la demanda del mercado interno.

Esa demanda de los invernadores también es superior a la oferta, lo que se refleja en el mercado de reposición, no solo en los precios de las categorías que tradicionalmente van a ese destino, como terneros, novillos o vacas sin preñez, sino que además se trasladan a otras que también terminan yendo a engorde, como terneras, vaquillonas e incluso piezas de cría.

Pero la situación cambia cuando se mira el panorama de la industria frigorífica, y lo refleja el índice Novillo Tipo, del Instituto Nacional de Carnes (INAC). Allí el Valor Agregado Industrial –que incluye costos y ganancias de los frigoríficos en el precio final de cada animal– está desde julio de 2018 por debajo del promedio histórico, demostrando los graves problemas de competitividad que está enfrentando ese sector.

Competitividad

«Uruguay está muy bien preparado para exportar, hizo siempre las cosas bien. Mi única luz amarilla es el alto costo de la materia prima para la industria, y en algún momento alguna válvula tendrá que aflojarse, espero que no sea el precio al productor», comentó Tonelli durante su análisis.

Repasó que Argentina sigue con retenciones pero mejoró el tipo de cambio que recibe el exportador. En ese contexto el precio del novillo gordo se ubica en unos US\$ 3 por kilo, mientras que en Uruguay está a US\$ 4. «Esa diferencia de precio pesa cada vez que se sale al mercado a cerrar un negocio, porque los compradores son los

>>

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

ENGRAW EXPORT E IMPORT Co. S.A.

Exportación y
Peinaduría de Lana
Avenida Bolivia 1330 - CP 11500
Tel. 26042499
E mail: engraw@engraw.com.uy



UruguayNatural

mismos», dijo.

«La situación es compleja, y de alguna manera amerita un diálogo sincero entre los integrantes de la cadena, porque es claro que las cadenas siempre se rompen por el eslabón más débil, y en este caso siento que el eslabón más débil es el de la industria», afirmó.

El presidente de la Cámara de la Industria Frigorífica, Daniel Belerati, admitió que «la coyuntura es muy compleja. Estos precios (del ganado gordo) no son de verdad. Va a pasar lo que antes pasaba. Escaseará más el ganado y los frigoríficos tendrán que mandar gente al seguro de paro en este invierno».

También dijo que hay que fijarse en la composición de la faena. «El 53% está integrado por vientres, nos estamos pegando un tiro en el pie, porque estamos matando la máquina que nos dará la materia prima en el futuro. Los frigoríficos estamos haciendo economía de guerra, haciendo cosas que si pensamos en el mediano plazo no se podrían hacer, pero la cuestión es subsistir», dijo.

Belerati aseguró que «el 95% de los frigoríficos está llegando a no cubrir sus gastos fijos, solo los variables. Se está vendiendo en China y de los demás mercados casi nos corrieron», dijo en referencia a Brasil y Argentina, que al tener menores costos venden su carne vacuna a precios muy inferiores a los que necesita vender Uruguay para llegar al punto de equilibrio.

Tonelli dijo que la competitividad es un término muy usado, extremadamente complejo de medir y analizar, porque aborda muchos factores. Recordó que hace un año y medio atrás Argentina era por lejos el país menos competitivo de la región, pero eso cambió.

«El problema que hoy tiene Uruguay por el alto costo de la materia prima, lo tenían los frigoríficos en Argentina. Pero la economía desbarrancó y el dólar se fue a las nubes. Desde hace un año y medio hasta ahora llevamos una devaluación del 150% frente a una inflación de costos que acumulada no supera el 80%. La competitividad del tipo de cambio nos dio vuelta y ahora somos uno de los más baratos de la región, junto con Brasil. Mientras que Uruguay, que estaba en la línea media hace un tiempo, pasó a ser el más caro de la región», admitió.

El analista dijo que ni la industria ni los productores de Uruguay hicieron las cosas mal, ni cometieron errores, sino que las cosas le vinieron de arriba, por la macroeconomía. «Argentina pasó de un dólar de \$ 17,70 a uno de \$ 45, con una gran inflación de costos, lo que provocó una

mejora competitiva en el tipo de cambio. Esto tampoco es mérito de ninguno de los actores de la cadena», dijo.

Expresó que en este contexto se deben mejorar las negociaciones, y reconoció que bajar costos de acceso a los mercados y realizar acuerdos comerciales lleva mucho tiempo, y tampoco son fáciles de alcanzar.

La competencia pasa a un segundo plano

El nuevo posicionamiento de Argentina como un importante actor en el mercado mundial de la carne, luego de un largo período político que le impidió explorar mercados en el exterior, genera preocupación en Uruguay.

Tonelli analizó que si Uruguay estaba preocupado con el crecimiento de las exportaciones argentinas hace dos o cuatro años, era algo entendible. Pero señaló que actualmente «no alcanza toda la carne bovina del mundo para abastecer la demanda, y no hay forma de compensarla». Por eso, consideró que hay que focalizarse mucho más en las negociaciones internacionales del Mercosur, para bajar costos de aranceles, mejorando el acceso en los mercados.

Dijo que nunca abandonaría el trabajo de marketing para conquistar nichos específicos de mercado, por más que la demanda esté asegurada. Consideró que, sobre todo, hay que darle una respuesta inmediata a la presión propagandística del veganismo y de los movimientos anti producción animal.

«La plata de marketing la pondría ahí y no en decir que mi carne es mejor que la de Argentina o de Brasil. Creo que en los próximos años la demanda no mirará tanto el origen de la carne, porque todas sirven», sostuvo.

Posicionamiento

En 2018 Uruguay tuvo un crecimiento de sus exportaciones cárnicas. Los tres principales destinos fueron: China, la Unión Europea y el Nafta; mientras que Israel mantiene una pequeña porción.

La Unión Europea se llevó los cortes de valor agregado, a través de la cuota 481, la Hilton, básicamente el enfriado y los cortes más caros (lomos, bifos y cuadriles). «Era un gran candidato para llevarse las pulpas, pero eso va todo a China, que también se lleva los cortes delanteros, que antes iban a Estados Unidos y Rusia. Ahora apenas queda para Estados Unidos un producto con valor agregado, como la carne orgánica o carne con alguna certificación espe-

>>

cial», analizó el broker uruguayo Michel Decker.

Planteó que en el Nafta, Estados Unidos es el principal destino, Canadá es un jugador importante y México, a pesar de ser el único país con el que Uruguay tiene un tratado de libre comercio, no se puede competir. De todos modos, Uruguay es, por lejos, el principal proveedor del Mercosur en esa región del mundo.

En el Mercosur el principal destino de la carne uruguaya es Brasil; y en la Unión Europea se destacan Alemania y Holanda —aunque este último importa para distribuir en todo el continente—; mientras que en Asia el principal es China.

Al analizar los compradores de carne con más protagonismo en el mundo se observa a: Japón, Corea del Sur, la Unión Europea, Rusia, China y Estados Unidos. Y en todos esos mercados Uruguay tiene acceso.

Además, Uruguay tiene acceso total a China, porque 99% de los frigoríficos pueden exportar a ese destino, mientras que un porcentaje importante de las plantas de Brasil y Argentina no lo pueden hacer. Y por otro lado, Uru-

guay es el único de la región que puede exportar menudencias a China.

Para el empresario cárnico y analista argentino Víctor Tonelli, la imagen de Uruguay en el mundo «es infinitamente superior a la de cualquiera de sus socios del Mercosur».

Comentó que «desde el insuceso de la aftosa (en el año 2001), trazabilidad mediante, no podría haber hecho mejor las cosas. Lo digo con envidia y admiración. Es un país muy confiable, serio y tiene todos los mercados».

Pero advirtió que «es un país que está caro. Supongo que si tocan el dólar se arma un desbarajuste bárbaro. Así que es mejor ni tocarlo».

Dijo que lo que hay que hacer es mirar los aranceles respecto de los competidores. «Australia y Nueva Zelanda tienen acuerdo con todos sus mercados. En algunos países ya no pagan aranceles o tienen acuerdos que les permiten ir bajando progresivamente los porcentajes que pagan hasta que lleguen a 0%», indicó.

BARRACA GONZALEZ LAMELA

**CEREALES - FORRAJES
RACIONES**

**Av. San Martín 2214-20
Tel.: 2203 57 14**

MOLINO RIO URUGUAY S.A.

**Gral. Aguilar 1215
Tels.: 2203 47 40 - 2203 51 20
Fax: 2200 93 32**

COFCO INTERNACIONAL URUGUAY S.A.

*Exportadores de cereales
Oleaginosos y Subproductos*

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



Zambrano.com.uy

**SU MEJOR OPCIÓN!
EN LANAS:**

José Luis Trifoglio Santiago Onandi
jtrifoglio@zambrano.com.uy sonandi@zambrano.com.uy
099 175335 099 021751

CONSÚLTENOS!!



OFICINAS en ALQUILER

Edificio de la Cámara Mercantil

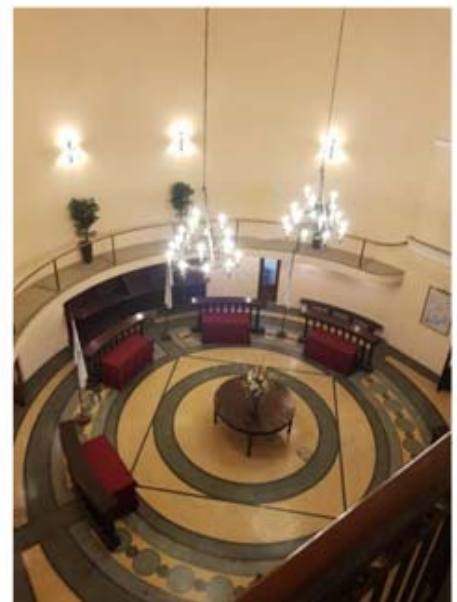
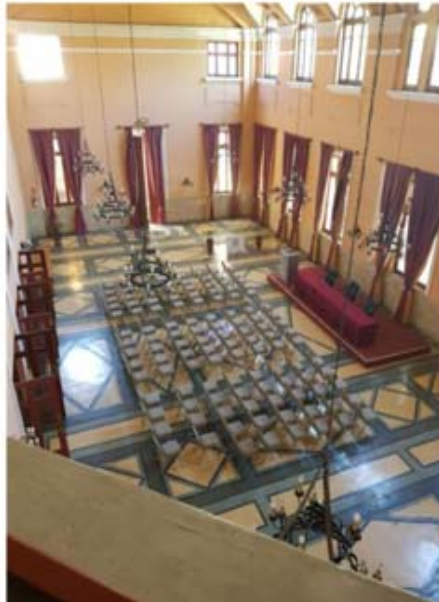
Aires Acondicionados

Amplios salones de uso común

De 20 a 35m²

Alquileres: desde \$5.000

Gastos Comunes: desde \$3.000



CEREALES / OLEAGINOSOS / FORRAJES

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 26/07/19	MIÉRCOLES 31/07/19	VIERNES 02/08/19
Trigo			
PAN- Grado2, DON sujeto al decreto 533/001 de 28/12/2001; granel, puesto en MONTEVIDEO - PH 78, FN 280, Proteína 12% - ZAFRA NOV/2018	210/230		210/230
PAN- Grado2, DON sujeto al decreto 533/001 de 28/12/2001; granel, puesto en MONTEVIDEO - PH 78, FN 280, Proteína 12% - ZAFRA DICIEMBRE DE 2019	185		185
FORRAJERO	**		**
Exportación: Zafra 2018/2019, Granel, Puesto en Nueva Palmira	Nominal	Nominal	Nominal
Exportación: Zafra 2019/2020, Granel, Puesto en Nueva Palmira	Nominal	Nominal	Nominal
Afrechillo de Trigo	145		145
Pellets Afrechillo, Puesto en Establecimiento	145		145
Maíz			
Superior - Puesto en Montevideo	185/190		185/190
Bueno - Puesto en Montevideo	175/180		175/180
Exportación, puesto en Nueva Palmira - Zafra 2018/2019	Nominal	Nominal	Nominal
Importado, partido a retirar de depósito Montevideo	**		**
Importado, entero puesto en Montevideo	190		190
Sorgo (14% de humedad, sano y limpio, puesto en Montevideo)	125/130		125/130
Importado, puesto en Montevideo	**		**
Exportación, puesto en Montevideo - Zafra 2018/2019	**	**	**
Avena			
Superior	220		220
Buena	**		**
Importada	200		200
Alpiste (sano y seco hasta un 5% de cuerpos extraños)	500		500
Cebada - Puesta en Montevideo			
Forrajera buena	Nominal		Nominal
Forrajera regular	Nominal		Nominal
Exportación, puesto en Nueva Palmira - Zafra 2019	**	**	**
Soja			
Industria - Puesta en Montevideo	**		**
Industria - Puesta en Montevideo - Zafra 2018/2019	310/338		310/338
Exportación: Zafra 2017/2018, Puesta en Nueva Palmira - Compradores	**	**	**
Exportación: Zafra 2018/2019, Puesta en Nueva Palmira - Compradores	310/314	308/310	300/308
Exportación: Zafra 2019/2020 Puesta en Nueva Palmira - Compradores	Nominal	Nominal	Nominal
Harina de soja 46% Proteína, 1,5 %Grasa , Profax 47/50	335/348		335/345
Canola			
Industria - Puesta en Montevideo	Nominal		Nominal
Harina de canola 32% Proteína, 1,6% Grasa	Nominal		Nominal
PRODUCTO POR 100 KILOS EN \$			
Alfalfa - A levantar			
Especial	330		330
Común	300		300
Mezcla - A levantar			
Especial	250		250
Buena	230		230

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 1º de agosto de 2019

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	25,0 a 25,9			
Corriedale Fino				
Corriedale Medio				
Corriedale Grueso				
Corriedale muy grueso/ Romney Marsh	30,0 a 31,5			
	31,6 a 34,0			
Romney Marsh	Más de 34,1			
Barriga y Subproductos Finos				
Barriga y Subproductos General				
Cordero Fino				
Cordero General				



Debido a que esta semana no se realizaron operaciones, la **Unión de Consignatarios y Rematadores de Lana del Uruguay**, integrante de la Cámara Mercantil de Productos del País, no publicará precios



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

BRUNO ARROSA & CÍA.	2711 0373
CORREA Y SAN ROMAN	47327900
ESCRITORIO DUTRA LTDA.	2924 9010
ESCRITORIO ROMUALDO RODRÍGUEZ LTDA.	2924 0461
FRANCISCO DOTTI SOCIEDAD COMERCIAL	2412 2718
GAUDIN HERMANOS S.R.L.	4733 4086

GERARDO ZAMBRANO & CÍA. S.A.	26006060
GONZALO BARRIOLA PALADINO	2628 4750
GAUDIN HERMANOS S.R.L.	4733 7911
MEGAAGRO HACIENDAS LTDA.	098 302002
RICARDO STEWART & CIA	099 602720
VICTORICA CONSIGNACIONES S.R.L.	2924 0055

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

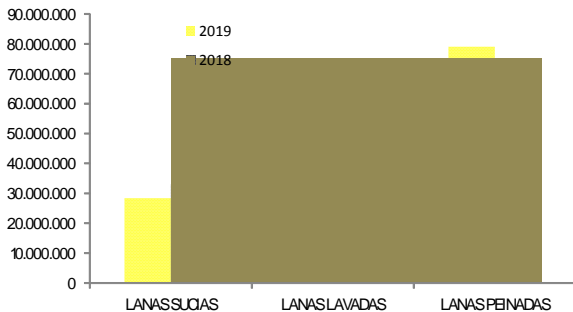
En semanas donde la actividad internacional está en receso y la actividad local focalizada en las esquilas preparto, analizamos datos de las exportaciones del año.

Los remates en Australia se retoman la próxima semana.

Exportaciones de enero a julio 2019

Durante enero a julio de 2019 se exportaron US\$ 128 millones lo cual implica una caída de 1% respecto a igual periodo del año anterior. En volumen la caída registrada fue mayor dado que disminuyó un 3%.

Concepto	2019	2018	Variación
Valor (US\$)	146.377.460	148.460.475	-1%
Volumen (kg)	20.594.631	21.162.362	-3%

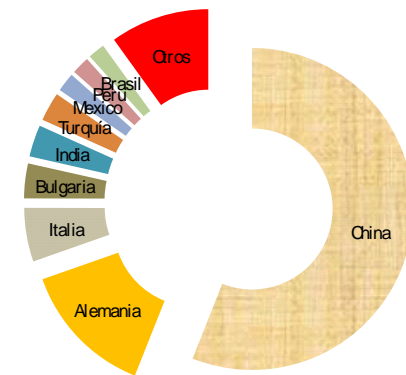


Cuando se observan las exportaciones en **valor**, la lana peinada permanece como el principal producto exportado con un 54%, la lana lavada ocupa el segundo lugar con un 24.3%, el tercer lugar lo ocupa la lana sucia (19.4%) mientras que los desperdicios se ubican por último con un 2% del total exportado. Mientras que la lana peinada registró un incremento del 5.2%

respecto al mismo periodo del año pasado, la lana lavada se ubicó un 5.4% por encima de las exportaciones de enero a julio de 2018. Por el contrario, la lana sucia registró una baja del 14%.

En **volumen** la lana peinada es el principal producto exportado con un 46%, seguido por la lana lavada con un 26%, y la lana sucia con un 24%. Los desperdicios representan el 4% del total exportado en volumen durante enero a julio de 2019.

En cuanto a los destinos China se ubica en primer lugar con un 56%, cuando se consideran en conjunto las exportaciones de lana sucia, lavada y peinada. Alemania ocupa el segundo lugar con un 13.6% del total exportado mientras que Italia compra el 5.4% del total de estas exportaciones. En gráfico se muestran las participaciones de los principales países. El principal destino para la lana peinada es China con un 42.9% y Alemania se ubica en segundo lugar. En lana lavada China es el principal destino con un 75.3% mientras que en lana sucia China lidera con un 68% e Italia se ubica en segundo lugar con un 12.6 %.



Exterior: Fuente SUL



ASOCIACIÓN
DE CONSIGNATARIOS
DE GANADO

MERCADO DE HACIENDAS

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

INSUMOS /ALIMENTOS BALANCEADOS

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

	19/07/19	26/07/19	02/08/19
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.	
POR TON. (EN U\$S)			
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	160	160	160
Oleína (granel)	600	600	600

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.

THOMAS MORTON S.A.

Exportaciones de Lanas

Importación - Representaciones

Edificio Lieja Green

Cesar Cortinas 1910 SS101 (001)

CP11500 Montevideo, Uruguay

Tel. / Fax: 26045720/ 26041553/26042433

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:

Términos y condiciones de uso

La Cámara Mercantil de Productos del País, no se responsabiliza por la interpretación de lo expuesto en su sitio web, ni de su uso indebido, ni de perjuicios reales, directos o indirectos, invocados por quienes adoptaran decisiones o acciones al consultar el sitio.

El material publicado en el sitio web de la Institución, tiene como único propósito brindar información que se recaba del mercado, sin que ello implique responsabilidad alguna respecto a 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 en función de la oferta y demanda registrada en la plaza.

La Pizarra semanal de precios, **refiere a valores de orientación o referencia, en función de operaciones ya realizadas en el mercado, no implicando recomendaciones ni vaticinios sobre el futuro comportamiento de la plaza.**

Quien acceda al 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 causa de acción legal. De igual forma, la información o cualquier opinión expresadas en este sitio, no constituyen de manera alguna 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 propio asesor legal o impositivo.

Por otra parte, la Cámara Mercantil de Productos del País tampoco garantiza ni se adhiere a las opiniones vertidas en su sitio web, siendo el contenido de las mismas de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores.

La Cámara Mercantil de Productos del País no emite juicios de valor de ningún tipo en los informes que brinda, ni tiene responsabilidad alguna en las decisiones que adopte el receptor de dichos informes. 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 exactitud y/u omisión en los datos que se exhiben, ya que éstos son generados por las fuentes citadas en cada caso.