



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

21 de junio de 2019



info

Ajustes en materia de obligaciones tributarias de terceros, rebajas de IVA e IMESI

Con el fin de seguir mejorando la operativa y expansión de redes de procesamiento electrónico de pago, a través del Decreto N° 145/019 se realizan algunas modificaciones relativas a pagos de obligaciones tributarias de terceros, rebajas de IVA e IMESI.

Para los contribuyentes pertenecientes al grupo CEDE de DGI que se encuentren regulados y supervisados por el Banco Central de Uruguay y tengan como actividad principal efectuar cobros y pagos por cuenta de terceros, en los casos que las cobranzas por cuenta de terceros sean efectuadas con tarjetas de crédito, débito o dinero electrónico, no se debe efectuar la retención del 5% dispuesta en el art 1º del Decreto 94/002.

Se faculta a la DGI establecer requisitos adicionales que deberán cumplir las entidades mencionadas anteriormente con el fin de preservar un correcto funcionamiento, así como a disminuir el porcentaje de retenciones aplicables ya sean generales o específicas para algún tipo de sector, actividad o contribuyente.

Reducciones de IVA

Recordamos que desde el 2005 los servicios gastronómicos, de catering para fiesta y even-

tos, arrendamientos de vehículos sin chofer, intermediación en arrendamientos de inmuebles turísticos que estén comprendidos en el régimen general de IVA, en tanto sean abonadas en su totalidad mediante la utilización de tarjetas de crédito o de débito y que el titular de la misma (tarjetahabiente) sea una persona física, gozarán de una reducción de 9 (nueve) puntos porcentuales de la alícuota del IVA.

Mediante el Decreto N° 145/0019 en lo que respecta a la reducción porcentual de IVA, a partir del 1 de agosto de 2019, en caso de que la adquisición sea a un establecimiento amparado al literal E) del artículo 52 del Título 4 («IVA Mínimo»- Ex pequeña empresa), la reducción será del 7,38% del importe total de la operación.

En caso de que los servicios detallados anteriormente sean prestados por un contribuyente comprendido en el Literal E) del artículo 52 del Título 4, ellos no dispondrán del crédito fiscal sino que cobrarán el total de lo facturado y serán las empresas administradoras de instrumentos de pagos quienes tendrán a disposición dicho crédito fiscal.

El Decreto N° 376/012 estableció la reducción

>>>



UruguayNatural

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

en su totalidad de la tasa correspondiente al IVA aplicado a servicios gastronómicos, de catering, entre otros siempre que los adquirentes sean personas físicas no residentes, que abonen con tarjetas de crédito o débito emitidas en el exterior. El nuevo decreto agrega que, en caso de ser adquisiciones a establecimientos amparados al Literal E) del artículo 52 del Título 4, la referida reducción será del 18,03% del importe total de la operación, comenzando a regir desde el 1 de agosto de 2019.

A las deducciones porcentuales de 2 puntos de IVA y sus deducciones adicionales que estableció el Decreto N° 203/014 para compras de bienes y prestaciones de servicios, en caso de ser inferiores a 4.000 UI (aproximadamente \$ 16.720), se le agrega como medio de pago válido para tal beneficio el teléfono celular o pago por internet con fondos almacenados en cuentas en instituciones de intermediación financiera o instrumentos de dinero electrónico.

En caso de que la enajenación sea a empresas comprendidas dentro del «IVA Mínimo», «Monotributo» o «Monotributo Social del Mides», la reducción adicional que mencionábamos anteriormente se determinará de la siguiente manera:

- 1,64% sobre el monto de las enajenaciones de bienes y prestaciones de servicios sujetas a la tasa básica del IVA.
- 1,82% sobre el monto de las enajenaciones de bienes y prestaciones de servicios sujetas a la tasa mínima del IVA.

Dentro de la documentación que debe respaldar las enajenaciones comprendidas dentro de la reducción se menciona el número de comprobante que documenta la operación. Se exceptúa de dicho requisito a los contribuyentes que realicen transporte terrestre urbano colectivo de pasajeros y transporte terrestre de pasajeros en la modalidad de taxímetros, siempre que estén autorizados por la autoridad departamental correspondiente. Hasta el 31 de diciembre de 2021 también se exceptúan de tal requisito a quienes desarrollen su actividad en ferias en la vía pública y que enajenen exclusivamente frutas, flores, hortalizas, productos de mar o granja.

Obligaciones de Informar

Asimismo, aquellas empresas que tengan como operativa la cobranza por cuenta de terceros, pertenezcan al grupo CEDE de la DGI y estén controladas por el BCU serán las encargadas de informar a los establecimientos el crédito fiscal, pudiendo la DGI exigir requisitos adicionales con el objetivo de garantizar un adecuado control del régimen reglamentado.

Las empresas administradoras de los instrumentos de pago deberán suministrar a la DGI información referida a las operaciones beneficiadas por este régimen de reducción identificando: número de RUT, del comprobante que documenta la operación, número del documento que respalda la contraprestación, monto total de la operación y el importe correspondiente a la reducción de alícuota.

Reducción IMESI

En cuanto a las reducciones de IMESI, el artículo 2 del Decreto N° 398/007 estableció los requisitos que deben cumplir las enajenaciones de combustibles en estaciones de servicios situadas cerca de ciertas fronteras, para quedar comprendidas dentro del mencionado beneficio. A los medios de pago ya mencionados se agrega el pago a través de un teléfono celular o por internet con fondos almacenados en cuentas de instituciones de intermediación financiera o dinero electrónico. Se mantienen los topes en un máximo de 400 UI (aproximadamente \$ 1.672) por tarjetas de crédito y 600 UI (aproximadamente \$ 2.508) para los restantes medios de pago, debiéndose tomar la cotización de la unidad indexada al último día del mes anterior al de la operación.

Otros Beneficios

Para aquellas empresas que tienen como actividad principal la instalación y puesta en funcionamiento de terminales de procesamiento electrónicos de pago y de sistemas de facturación, el Decreto 200/018 determina una serie de beneficios fiscales a los cuales están amparados, para poder obtenerlos se estipulan topes a los cobros mensuales de servicios. Por lo anterior, el costo máximo mensual para terminales de procesamiento electrónico inalámbricas sin impresoras y para terminales de procesamiento electrónico de pagos que se integre al sistema de facturación preexistente podrá incrementarse hasta en 70 UI siempre que se incluya el costo de conexión a internet.

IVA Gasoil – Productores agropecuarios

En los meses de marzo y abril se promulgaron los Decretos N° 83/019 y N° 99/019, que otorgan a aquellos productores de ganado, leche, arroz, flores, frutas, hortalizas y apícolas que no sean contribuyentes del IRAE la devolución del IVA incluido en sus adquisiciones de gasoil entre el 1 de marzo de 2019 y por el plazo de un año, siempre que sea destinada al desarrollo de su actividad.

Para regular lo anteriormente comentado, la DGI mediante la Resolución N° 1442/019 establece que las estaciones de servicio y distribuidores de combustible deben informar mensualmente el IVA incluido en las enajenaciones de gasoil, siempre que no sean a consumidores finales y no hayan sido documentadas mediante Comprobante Fiscales Electrónicos.

En caso de ser contribuyentes que se encuentren en el período de transición deberán informar por el total de sus enajenaciones de gasoil a quienes no sean consumidores finales.

Exoneración de IVA

Por medio de los Decretos N° 142/019 y N° 148/019, se incluyen dentro de las exoneraciones de IVA establecidas en el Decreto N° 220/998 los lectores de caravanas para ganado, el aflechillo de trigo y el afrechillo de arroz. Los dos últimos se encuentran exonerados de IVA desde la vigencia del Decreto N° 165/997 del

04/07/1997.

IVA – Percepción

La DGI mediante la Resolución N° 1439/019 del 30/05/19 con el asesoramiento del INAC ha fijado los valores a efectos de la percepción del IVA por la venta al público de carne y menudencias, así como el IVA que deben tributar quienes vendan al público el producido de la faena de animales de su propiedad. Mediante la Resolución N° 1441/019 del 30/05/2019 la DGI ha establecido nuevos valores fictos por kilo de carne para el régimen de percepción de IVA, correspondiente a la comercialización de aves de la especie aviar gallus gallus.

A través de la Resolución N° 1437/019 del 31/05/2019 la DGI establece los valores fictos de carne bovina y menudencias a efectos de la percepción de IVA para la modalidad de autoabasto. Se entiende por autoabasto, la faena a façon de sus propios animales, realizada por carniceros en mataderos incluidos en

el listado, siempre que vendan en sus carnicerías lo producido por dicha faena; y la venta de carne y menudencias por parte de carniceros, del producto de la faena por ellos realizada de animales de su propiedad.

Las tres resoluciones rigen a partir del 1º de junio de 2019.

[/ 11 de junio de 2019](#)

FIS – Fondo de Inspección Sanitaria

Con el asesoramiento del INAC, la DGI en su Resolución N° 1440/019 fija los precios fictos por kilo por el mes de junio de 2019, el precio de la carne vacuna y ovina destinada al consumo y de la carne bovina y suina destinada a la industria, en los casos de faena a façon, autoabasto y cuando la planta de faena no abastezca directamente a la carnicería o a los establecimientos industrializadores, según el caso, a efectos de la liquidación del FIS.

Estimados Empresarios / Contribuyentes:

A solicitud de la **Directora Representante Empresarial Bps Cra. Elvira Domínguez**, les recordamos que el **plazo** establecido por la **ley 19.590 – CINCUENTONES**, para aquellas personas **nacidas entre el 1º/4/1960 y el 31/3/1963** y que deseen presentarse a solicitar asesoramiento, **comenzó a regir el 1º de abril pndo. y vencerá el 31.3.2020.**

Agradecemos su difusión.

Quedamos a las órdenes, cordiales saludos.

Secretaría Representación Empresarial Bps
2400 0151 internos 3506 – 2920
www.empresasbps.com.uy

**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**



OFICINAS en ALQUILER

Edificio de la Cámara Mercantil

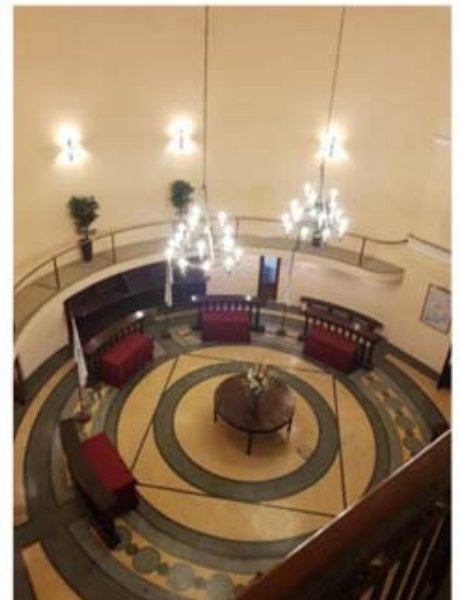
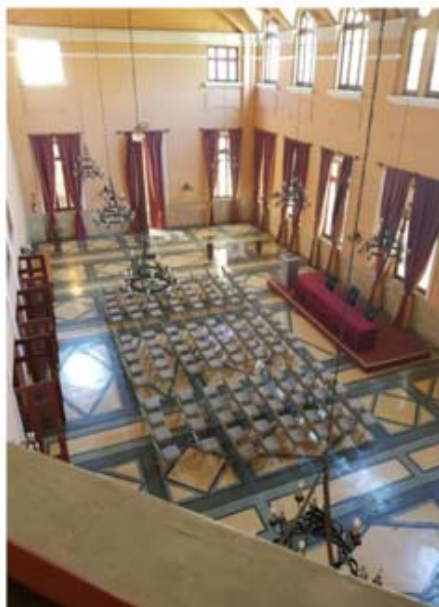
Aires Acondicionados

Amplios salones de uso común

De 20 a 35m²

Alquileres: desde \$5.000

Gastos Comunes: desde \$3.000



CAMBIOS EN PUESTA EN MARCHA DE SERVICIOS DE PREVENCIÓN Y SALUD EN EL TRABAJO

Fue prorrogada parcialmente la obligatoriedad de la implementación del servicio que debe ser organizado a costo de las empresas.

Dr. Esc. Juan Manuel Mora

El Decreto No. 127/014 de fecha 13 de mayo de 2014 dispuso las condiciones mínimas obligatorias para que aquellos empleadores que contaran con más de cinco trabajadores implementaran Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo en cualquier actividad (ya sean de naturaleza comercial, industrial, rural o de servicios), tuvieran o no finalidad de lucro.

A tales efectos, el decreto disponía que en un plazo de cinco años contados desde su vigencia, todas las ramas de actividad debían contar con Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo; plazo que vencía el 19 de mayo de 2019.

El 13 de mayo de 2019 fue publicado en el Diario Oficial el Decreto No. 126/019 de fecha 6 de mayo de 2019, que introdujo modificaciones al Decreto No. 127/014, prorrogó parcialmente el plazo para la implementación de los Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo y dispuso una nueva conformación de los equipos multidisciplinarios.

Con las modificaciones introducidas, podemos reseñar el régimen vigente de la siguiente manera:

a) Empresas con más de 300 trabajadores (cualquiera sea su rama de actividad): deberán contar con un servicio integrado al menos por un médico especialista en salud ocupacional y otro profesional o técnico que posea algunos de los siguientes títulos habilitantes: Técnico Previsionista, Tecnólogo en Salud Ocupacional, Tecnólogo Prevencionista, Licenciado en Seguridad y Salud Ocupacional o Ingeniero Tecnólogo Prevencionista (pudiendo complementarse los servicios con un Psicólogo, personal de enfermería y otras especialidades relacionadas con la materia).

El decreto dispone que el servicio pueda ser externo y debe estar integrado a la gestión de la empresa, con disponibilidad y capacidad operativa suficiente, instalaciones y medios para atender las funciones que le fueron asignadas en forma permanente.

Estas empresas cuentan con un plazo máximo de 180 días contados desde 13 de mayo de 2019 para la implementación de los Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo.

b) Empresas que tengan entre 50 y 300 trabajadores: estas empresas serán progresivamente incorporadas conforme al listado por ramas y sector de actividad según clasificación de la Ley No. 18.566, que deberá proponer el Consejo Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (Conassat) al Poder Ejecutivo.

Al ser incorporadas, estas empresas deberán contar con un servicio que podrá ser externo (con la misma integración que la mencionada antes) el que deberá intervenir en forma trimestral como mínimo.

Para completar la implementación de los Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo tendrán un plazo de 180 días contados desde la entrada en vigencia del decreto que las incluya.

Al respecto, cabe señalar que el Decreto No. 127/019 en vigencia a partir del 13/5/19, incorporó la obligatoriedad de la implementación de los servicios a las empresas comprendidas en el Grupo N° 2 Subgrupo N° 01 «Industria Frigorífica» y Subgrupo N° 02 «Industria del Chacinado», y en el Grupo N° 8 Subgrupo 01 «Industria metálicas básicas, productos metálicos, reciclaje de productos metálicos, aberturas de aluminio, muebles metáli-

cos. Maquinarias y equipos (motores, bombas, compresores, refrigeración). Mantenimiento de maquinarias, equipos e instalaciones en empresas» y en el Subgrupo 02 «Sector Autopartes».

c) Empresas que tengan entre 5 y 50 trabajadores (cualquier sea su rama de actividad): se les otorga un plazo de 18 meses contados desde la vigencia del Decreto No. 126/019 para implementar los Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo. El servicio podrá ser externo y deberá intervenir en forma semestral como mínimo.

Finalmente, cabe recordar que la Inspección General del Trabajo y de la Seguridad Social es la encargada de supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios, y que las infracciones a las obligaciones comentadas pueden dar lugar a la aplicación de sanciones pecuniarias.

Para saber

Objetivo

La implementación de los Servicios de Prevención y Salud en el Trabajo tiene como objetivo promover la seguridad y salud de los trabajadores en sus lugares de trabajo.

Plazos

El plazo con que cuentan las empresas para su implementación depende de la cantidad de trabajadores que tengan y de la fecha en que progresivamente el Poder Ejecutivo las incorpore.

Obligatoriedad

Las empresas que incumplan con la implementación de los servicios podrán ser sancionadas.

E-commerce: ¿amenaza u oportunidad?

Uno de los principales debates a nivel empresarial se centra en la necesidad de incluir un canal de comercio electrónico como el camino para sobrevivir

Joaquín Ramos
Profesor del IEEM

La tecnología masificó el acceso a internet y hoy más del 50% del tráfico online se realiza por smartphones. Además, el 82% de las personas realiza una búsqueda online antes de efectuar la compra. Por otro lado, ha cambiado el comportamiento de los consumidores. Los usuarios ya no quieren esperar. Las tiendas online están disponibles 24/7, se puede acceder a todo el catálogo y no hay vendedores que molesten con preguntas irrelevantes. Existen los recursos para buscar información en todo momento, comparar precios y atributos, y, en caso de desearlo, realizar la compra sin necesidad de ir a un local. El tiempo del proceso de compra se ha reducido.

La tecnología también jugó a favor de las formas de pago. Los medios electrónicos permiten transacciones online. En los inicios del e-commerce, la principal barrera de entrada era la desconfianza de los usuarios a la hora de entregar sus datos personales. Hoy, los avances en ciberseguridad han desterrado a la desconfianza, lo que impulsó este fenómeno.

Como consecuencia, los empresarios enfrentan un mercado global. Los competidores están dentro y fuera de fronteras. Las marcas son globales y la logística ya no es un impedimento. Esto obliga a tener que competir con el resto del mundo.

El comercio electrónico hoy ocupa un porcentaje menor en el total del consumo mundial, se espera que para finales de año el e-commerce abarque el 11%. Sin embargo, si analizamos los datos de la última década, todo parece indicar que el futuro está en el mercado digital.

¿Un zapato ajustable a todos los talles?

Más allá de la evidencia y la tendencia, hay que preguntarse si el e-commerce se ajusta a todas las empresas y productos. Los argumentos a favor de la masificación de este fenómeno, ya sean vistos como oportunidad o amenaza inminente, parecen claros. Sin embargo, antes de lanzarse a una cruzada que puede redefinir la razón de ser del negocio, se deberían considerar algunas cuestiones.

Hay que tener en cuenta, primero, que los canales contribuyen al posicionamiento de las marcas. Si el posicionamiento es efectivo, cuando un cliente piense en la marca, la asociará a una categoría de productos y a una serie de atributos diferenciales. Esto se construye a través del mix de marketing: producto, plaza, promoción y precio. El canal de venta (plaza) dice mucho sobre la empresa y la marca. Dónde y cómo se venden los productos suponen un diferencial

muy grande. Por eso, a la hora de agregar un canal de venta (online, distribuidor, tienda propia), se debe tener en cuenta la coherencia con la promesa de valor.

Segundo, el e-commerce supone costos. Se debe considerar la inversión inicial en infraestructura y tecnología para garantizar seguridad, diseño y usabilidad. Además, si bien la creencia indica que es un canal barato comparado a un local físico (alquiler, vendedores, entre otros), la evidencia indica lo contrario. En el sector de retail de moda español, se estima que cada compra online supone un costo de 21 euros. El detalle incluye almacenamiento, tecnología, entrega y gestión.

Tercero, se debe entender qué tipo de proceso de compra sigue el cliente, y qué categorías de productos se ofrece. Si se trata de una decisión de alto involucramiento, en la que se invierte tiempo y hay riesgo asociado, es más probable que ingresen online para buscar detalles y especificaciones. Si se busca una computadora o una impresora, el consumidor será más proclive a utilizar el canal de e-commerce que si se trata de un vestido para una fiesta.

Un cuarto punto a tener en cuenta - pero no último- es el posible conflicto

>>

to de intereses. Si la empresa trabaja con distribuidores y decide incursionar en el e-commerce, es posible que pongan el grito en el cielo, porque el nuevo canal podría competir con sus ventas. Quizá ellos pudieran desarrollarlo, ¿pero estarían dispuestos a realizar la inversión? En el fondo, sea cual sea la decisión, este fenómeno exige nuevas negociaciones, gestiones y conversaciones, que, en definitiva, se traducen en tiempo y costos.

¿Por dónde comenzar?

Si luego de analizar y resolver cada una de estas cuestiones, uno se convence de que vale la pena el esfuerzo, solo quedaría definir el plan de implementación.

¿Integrar todos los pasos del proceso de compra? Se debe tener en cuenta

si el cliente está dispuesto a pasar por la tienda física a retirar la compra (o, incluso, lo valora) o si prefiere recibir todo en su hogar. ¿Desarrollar un canal propio o utilizar una plataforma existente? Depende del tipo de cliente y las necesidades que se quieran satisfacer. No es lo mismo atender empresas que consumidores finales. La consistencia y coherencia entre las cuatro P del marketing es un factor crítico. ¿La experiencia será la misma en el canal de e-commerce propio que en una plataforma como Mercado Libre o PedidosYa?

En el fondo, el consumidor no razona en términos de canal físico o digital, lo único que le interesa es satisfacer su necesidad o colmar su deseo de la mejor manera posible. Por eso, la clave está en evaluar si el e-commerce crea o destruye valor.

No se debe pensar en términos de comercio online u offline, sino en estrategias que busquen combinar y potenciar lo mejor de los dos mundos. Y en este sentido, el punto de partida usual, y más recomendado, es el del omnicanal.

Se debe implantar una estrategia que incluya canales según el tipo de cliente y sus necesidades.

En toda decisión hay que evaluar pros y contras, y seleccionar la mejor alternativa posible, conscientes de que siempre habrá puntos para seguir trabajando dentro y fuera de la empresa.

La clave está en ocupar el lugar del cliente seleccionado, pensar en términos de criterios e imaginar el futuro en cada escenario posible, con el fin de anticipar consecuencias deseadas y no deseadas.

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

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




Vía rápida

Domicilio Electrónico - Nueva comunicación de DGI

Junio 2019

Domicilio Electrónico: Ampliación

El 28 de marzo de 2019 se publicó la Resolución de DGI 887/019, que establecía que a partir del 10 de junio de 2019 se exigiría el cumplimiento de la constitución de Domicilio Electrónico (DOMEL) ante la DGI (obligación dispuesta por el Decreto 93/018).

El 6 de junio de 2019, la DGI emitió un comunicado realizando una aclaración al respecto.

A continuación incluimos las principales consideraciones.

Sujetos obligados

Los sujetos obligados definidos por el Decreto N°93/018 son:

1. las **personas físicas** -con o sin actividad empresarial -**que se vinculen directa o indirectamente con la DGI**, tanto en su calidad de tales como en su calidad de **titulares, socios, direc-**

tores o representantes de personas jurídicas o entidades.

2. las personas físicas que en el marco de un procedimiento administrativo, formulen por si o en representación de otra persona física o jurídica, una petición, interpongan recursos, entre otros.

Comunicación de DGI

No obstante lo dispuesto por el Decreto y la Resolución a los que nos referimos, la DGI comunicó (a través de su página web) que a partir del 10 de junio será obligatoria la constitución del DOMEL **exclusivamente para las personas físicas que, en el marco de un expediente administrativo presenten escrito y/o documentación.**

Si no contara con Domicilio Electrónico al momento de realizar el trámite o al presentar el escrito respectivo, de todas formas se recibirá el mismo y se le otorgará un plazo de 10

días hábiles para cumplir con dicha obligación. Vencido dicho plazo, el escrito y/o documentación presentada se archivará. **No se cobrarán multas ni se aplicarán sanciones.**

No es necesario constituir Domicilio Electrónico para otro tipo de interacciones con la Administración, como por ejemplo, la presentación de Declaraciones Juradas, Formularios, etc.

En PwC contamos con un equipo especializado para apoyarlos en el cumplimiento estas obligaciones.

Contactos

Patricia Marques
patricia.marques@uy.pwc.com

Mario Ferrari Rey
mario.ferrari.rey@uy.pwc.com

Andrea Chanquet
andrea.chanquet@uy.pwc.com

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



**ACONDICIONE SU LANA GRIFA VERDE
Y OBTENGA CON ZAMBRANO EL MEJOR PRECIO**

GZ LANAS

JOSÉ LUIS TRIFOGLIO 099 175 335 / SANTIAGO ONANDI 099 021 751
www.zambrano.com.uy



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)	MIÉRCOLES 12/06/19	MIÉRCOLES 14/06/19	VIERNES 21/06/19
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		190	190
FORRAJERO		**	**
Exportación: Zafra 2018/2019, Granel, Puesto en Nueva Palmira	Nominal	Nominal	Nominal
Exportación: Zafra 2019/2020, Granel, Puesto en Nueva Palmira	180	185	Nominal
Afrechillo de Trigo		140	140
Pellets Afrechillo, Puesto en Establecimiento		140	140
Maíz			
Superior - Puesto en Montevideo	168		175/185
Bueno - Puesto en Montevideo	162		170/175
Exportación, puesto en Nueva Palmira - Zafra 2018/2019	Nominal	Nominal	Nominal
Importado, partido a retirar de depósito Montevideo	**		**
Importado, entero puesto en Montevideo		Nominal	Nominal
Sorgo (14% de humedad, sano y limpio, puesto en Montevideo)		120	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		315/338	315/338
Exportación: Zafra 2017/2018, Puesta en Nueva Palmira - Compradores	**	**	**
Exportación: Zafra 2018/2019, Puesta en Nueva Palmira - Compradores	307/310	315/318	320/322
Exportación: Zafra 2019/2020 Puesta en Nueva Palmira - Compradores	300	Nominal	Nominal
Harina de soja 46% Proteína, 1,5 %Grasa , Profax 47/50		332/352	337/352
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 20 de junio 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			
	26,0 a 26,9			4,00
Corriedale Fino	27,0 a 27,9			
Corriedale Medio	28,0 a 28,9			
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				0,70
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

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

GERARDO ZAMBRANO & CÍA. S.A. 26006060
GONZALO BARRIOLA PALADINO 2628 4750
MEGAAGRO HACIENDAS LTDA. 4733 7911
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

AUSTRALIA

La tendencia a la baja continuó esta semana con un IME que se ubicó ayer jueves en 1217 centavos. Esto implica una baja importante respecto a los picos alcanzados en agosto 2018 así como también una baja respecto a los valores que el indicador registraba un año atrás. Con poca oferta y con poca colocación en el mercado chino se contrajeron los precios en el mercado australiano.

Hace un año, a una semana de finalizar la zafra los precios estaban en un nivel superior, en una senda de disminuciones hasta que en agosto las compras se reactivaron fuertemente para abastecer la demanda de falsas pieles (el llamado fake fur phenomena). No obstante esta situación, se esperaba un ajuste de los precios, aunque al no haber stock dicho ajuste no ocurrió. La semana próxima es la última de esta zafra 2018/19, se prevé una oferta de 30.872 fardos y el primero de julio comienza una nueva zafra con datos ajustados en relación a zafras anteriores. Las industrias chinas deberán abastecerse previo el receso que anualmente tiene en julio Australia, el cual dura tres semanas.

Exportaciones Australia

(Periodo julio 2018 a junio 2019 – últimos datos publicados por AWEX para zafra 2018/19)

Periodo entre julio a abril 2019

El 89% de las exportaciones son de lana sucia, el 4% lavada y el 7% carbonizada. China continúa liderando el destino de las exportaciones de Australia con un 74% (190 mkg) mientras que India se mantiene en segundo lugar (15 mkg, un 5.9%) Italia en el tercer lugar, adquiriendo el 5.3% del total exportado (13.6mkg). Corea ocupa el cuarto lugar con un 4.3% (11 mkg). Si se analizan cada uno de los micronajes China lidera las compras en todos los rangos, aunque Italia es el país que mayor crecimiento ha registrado en el periodo considerado

SUDÁFRICA (sin remates)

Se realizó el último remate de la zafra 2018/19 en Sudáfrica con 12.437 fardos de los cuales el 91.3% fue vendido, en un marco de incertidumbre respecto a las exportaciones a China. El indicador se mantuvo incambiado en moneda local con subas en moneda norteamericana. Esta semana el Rand se fortaleció respecto al dólar, lo que implicó disminuciones en todas las categorías. Los remates continúan el 14 de agosto con aproximadamente 10.838 fardos en los centros de remates.

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

	07/06/19	14/06/19	21/06/19
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.