NEGOCIOS
RURALES
REVISTA OFICIAL DE LA ASOCIACIÓN DE CONSIGNATARIOS DE GANADO DEL URUGUAY

ACG ASOCIACIÓN DE CONSIGNATARIOS DE GANADO
FUNDADA EN 1920
100 AÑOS

Gonzalo Valdés Requena - "Seremos firmes en el reclamo de bajar el gasto"

Proyecciones de mercado auspiciosas para las carnes

Walter Hugo Abelenda - "La incertidumbre es un mal amigo de los negocios"

FUCREA - Mejores pasturas generan mayores ingresos

SEÑALES DE INTENSIFICACIÓN

LA EDAD DE FAENA DE NOVILLOS ES LA MÁS BAJA DE LA HISTORIA

WWW.ACG.COM.UY | OCTUBRE 2020

¿Qué es crecer?
Tú decidís.

Ahora tu ganado tiene un nuevo valor.

A través de Fideicomiso Ganadero Scotia accedés al capital de trabajo para insumos en general o la asistencia financiera para la compra de ganado en remates y ferias administradas por Scotiabank, o directamente con productores.

Visitá una de nuestras sucursales o
escribinos a **pymes@scotiabank.com.uy**

Scotiabank®

F. G. U.
FIDEICOMISO GANADERO URUGUAY

Sponsor Oficial de
SOCIEDAD DE CRIADORES ANGUS URUGUAY
ABERDEEN ANGUS

ALGEBRA

COMUNICACIÓN APLICADA AL AGRO

WWW.ALGEBRA.UY

SÚMESE A EL FRIGORÍFICO NACIONAL

Son cuatro generaciones que seguimos trabajando con los mismos valores: humildad, amor y pasión por la carne, y por sobre todo, con mucho esmero y perseverancia para poder cumplir nuestros sueños.

Los invitamos a formar parte del equipo de Las Piedras, que busca seguir haciendole honor a sus 90 años en el rubro, con la mejor carne del país.

100% NACIONAL

FRIGORÍFICO LAS PIEDRAS S.A.

100% FAMILIAR

Ruta 36, km. 26.100, El Colorado, Canelones - Tel.: (598 2) 367 7720 - www.flp.uy @frigorificolaspiedras @laspiedrasuy

CONSEJO DIRECTIVO:
PRESIDENTE:
· José P. Aicardi
VICEPRESIDENTE:
Diego Arrospide
SECRETARIO:
· Ignacio Trigo
TESORERO:
· Facundo Schauricht
1er VOCAL:
Carlos De Freitas
2do VOCAL:
· Alberto Gallinal
PRIMER SUPLENTE:
· Joaquín Falcón

COMISIÓN FISCAL:
· Pablo Argenti
· Pablo Reyes
· Alejandro Zambrano

Cuareim 1643 piso 1 esc. 22
C.P. 11.100 - Montevideo
Tel. 2908 3238 Fax. 2902 2320
e-mail: acg@acg.com.uy

Edición: Tardáguila Agromercados
Tel.: 2618 3383

Staff periodístico: Yonnatan Santos, Luis Silva, Rafael Tardáguila, Facundo De Acebedo.

Arte: algebra.com.uy

SUMARIO

OCTUBRE 2020

8- "Seremos firmes en el reclamo de bajar el gasto"

10- China importará más vacuno y menos cerdo y pollo

12- China genera perspectivas auspiciosas

14- Brexit, una "enorme posibilidad"

16- Drástico descenso de la edad de faena

18- "La incertidumbre es un mal amigo de los negocios"

20- Mejores pasturas generan mayores ingresos

22- Albasoft provee sistema de gestión especializado en frigoríficos

24- China "permitió mejorar la ecuación económica"

26- Venta de toros con menor promedio

28- Impulsan hidrovía en litoral

30- Bajó la importación de carne desde Brasil

34- Agricultura, ganadería y tecnología en ADP Zone

36- El mundo exige certificar los procesos

FRIGORIFICO PANDO

EMPRESA URUGUAYA

A CAMPO O A CORRAL
LA MEJOR OPCIÓN DE
VENTA DE SU GANADO
ESTÁ EN PANDO

- Ganados con certificación Never Ever para EEUU
- Ganados para la HQB-481
- Ganados terminados a corral "no cuota"
- Opción de contado en todas los negocios
- Sistema de confirmación por contrato para todos los negocios

Empresa familiar de capital y trabajo 100% uruguayo

MENCIÓN — MIEM — 10 años — PREMIO NACIONAL DE EFICIENCIA ENERGÉTICA 2018 — CATEGORÍA INDUSTRIA

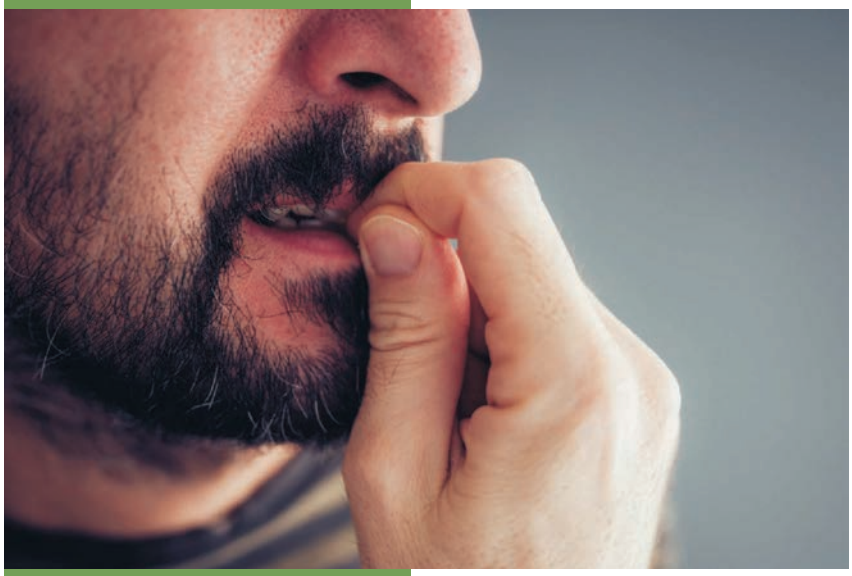
SGS · URUGUAY · UKAS · BRC · Never Ever 3 · HQB 481 HIGH QUALITY BEEF · ANGUS Uruguay · URUGUAY

FRIGORIFICO PANDO

DEPARTAMENTO DE HACIENDAS: TELS: 2292 7826 - 099 68 55 70 - Email: haciendas@fmp.com.uy

Ruta 84, Pando, Uruguay | Tel.: 2292 2093 | www.fmp.com.uy

La ganadería no es para ansiosos



Los ciclos ganaderos son largos. Por ejemplo, la decisión de invertir en un toro en la zafra de reproductores que está transcurriendo, recién cristalizará cuando el producto de esa inversión sea enviado a faena. Para ello, deberán transcurrir, como mínimo, algo más de tres años, entre que se preña la vaca, se desarrolla la gestación, la parición, la cría, recría y engorde.

Además, al tratarse de biología, las tendencias nunca son lineales. A un año de muy buena tasa de destete (como el corriente) le suele seguir otro con una proporción menor de terneros por vaca entorada. No solo depende del clima, sino que es más difícil volver a preñar a un vientre con cría al pie. Por lo tanto, a un año con muchas crías le suele seguir otro con proporciones menores. Eso no quiere decir que no se puedan advertir tendencias, sino que estas son de avances en serrucho y hay que tomar plazos realmente largos para visualizarlas.

No son pocos quienes afirman que la ganadería no responde a señales de precios positivas. Dicen que, aunque los estímulos estén, no se traducen en inversión para lograr una mayor producción.

No es así. La ganadería responde a los estímulos de precios y eso ha quedado cabalmente demostrado con un sinnúmero de indicadores este último año. Pasa que las respuestas son a paso lento. La ganadería no es para ansiosos.

Algunos de los datos que demuestran la reacción son los siguientes. La faena de vacas cayó abruptamente en el último año, no solo por una menor demanda en lo que va de 2020, sino por una decisión de los criadores de mantener una porción mayor de vientres en el rodeo de cría. Los precios de los terneros han sido atractivos en las últimas zafras, por lo que hay un incentivo para tener más vacas paridas. Es por eso que la población de vacas de cría se ha mantenido en niveles históricamente altos del entorno de los 4,3 millones.

Finalmente, la cantidad de terneros alcanzó los ambicionados 3 millones. En la década de 1990 oscilaban en poco más de 2 millones por año. El aumento es espectacular, pero hay que mirar los largos plazos. Con toda seguridad caiga el año próximo, pero eso no querrá decir que no hay reacción a los estímulos.

La edad de faena de los novillos ha logrado un avance increíble en el último año. De ello se da cuenta en páginas interiores de esta misma edición de Negocios Rurales. La demanda presionó, vía precio, para hacerse de materia prima y la oferta respondió invirtiendo en la terminación de los animales para sacarlos antes.

Las inversiones en pasturas han sido notorias. El área ocupada por praderas permanentes y cultivos forrajeros anuales este año alcanzó 1,8 millones de hectáreas, la más extendida por lo menos de este siglo.

Allí está la reacción, en todos esos indicadores. ¿Qué habrá alguna marcha atrás en algunos de ellos próximamente? Sin dudas, pero los avances han sido notorios en todos los eslabones de la producción, desde la cría, la recría hasta la terminación.

La ganadería estancada quedó muy lejos en el tiempo. Es dinámica, va creciendo, está bien posicionada en el mercado internacional y la obligación es que lo esté cada vez más. Eso sí, no es para ansiosos.

albasoft

Software desarrollado para la industria frigorífica

AlbaSoft es un sistema de gestión que permite organizar, recopilar y analizar la información generada en cada etapa del proceso industrial. **25 años de experiencia** en la industria frigorífica nos permiten optimizar los procesos y disminuir los costos operativos, mejorando la competitividad de nuestros clientes.

Beneficios

- Inversión directamente asociada a la producción
- No hay costos fijos mensuales o anuales.
- Permite reducir TCO (Total Cost Ownership)
- Rápido acceso desde cualquier sitio o dispositivo
- Agiliza los procesos

Conocé sus funcionalidades y procesos en

albasoft.com.uy

info@albasoft.com.uy

+598 94 435 197

San Carlos de Bolivar 6239, Montevideo, Uruguay

ENTREVISTA

Por Yonnatan Santos Preste
santos@tardaguila.com.uy

“Seremos firmes en el reclamo de bajar el gasto”

El actual vicepresidente de ARU, Gonzalo Valdés Requena, encabezará la lista oficial de la gremial para el período 2021 / 2023

Gonzalo Valdés Requena, 47 años, es productor ganadero de la zona de Ismael Cortinas, en San José. Fue presidente de la Sociedad de Criadores de Aberdeen Angus. Integra la Junta Directiva de la ARU hace tres períodos.

La Junta Directiva de la Asociación Rural del Uruguay (ARU), a propuesta del presidente actual, Gabriel Capurro, le encomendó a Gonzalo Valdés Requena encabezar una lista para el próximo período. En diálogo con **Negocios Rurales** dijo que “estamos preparándonos para armar el equipo de trabajo y después la presentación de la lista definitiva en el mes de diciembre”.

¿Cuáles van a ser sus objetivos en caso de presidir a la gremial por los próximos dos años?

Lo primero y que va a ser una de las cosas más importantes que vamos a tener es que en el año 2021 la gremial va a cumplir 150 años, lo que no es poco, y es para nosotros una gran responsabilidad y, a su vez, un honor llegar a presidir una institución con esta antigüedad y con antecedentes importantes en todo lo que tiene que ver con el agro y con lo que ha significado hasta el momento.

Ya se designó una comisión encabezada por el ingeniero Guzmán Tellechea para llevar adelante las gestiones y todo lo que se va a hacer y estamos trabajando en el tema, preparando actividades, por lo que va a ser un año especial en ese sentido.

Tenemos también un desafío muy importante y trascendente que será la recuperación del Uruguay y del mundo después de esta pandemia. Yo creo que el sector agropecuario tiene que ser la punta de lanza para llevar adelante al país, ya que el turístico, también importante, está muy limitado en cuanto a ingresos; entendemos que el agro tiene que ser el malla oro para sacar al país de esta situación.

“Tenemos también un desafío muy importante y trascendente que será la recuperación del Uruguay y del mundo después de esta pandemia”

Durante el inicio de la pandemia, el Gobierno sostuvo que las empresas eran las que tenían que sacar al país de esta crisis y que se les iba a exigir más. ARU colaboró de dis-

tintas formas y se puso a la par del Ejecutivo durante los meses más complejos. ¿Cómo cree que el agro puede aportar desde ahí?

Estamos muy de acuerdo y alineados a la propuesta que se incluye dentro de la Ley de Presupuesto, que no grava al capital ni a las empresas. Quiero aclarar que no sólo al agro, sino a ninguna de las empresas del país. Creemos que es la actividad que genera recursos y los empresarios son quienes asumen el riesgo, mueven la economía y, por ende, generan empleos. Además, tratamos que ese empleo sea de mayor calidad para todos los trabajadores. En lo que refiere al agro, es un sector que derrama sobre todas las demás actividades, especialmente en el interior, pero también en la capital del país, y ese es uno de los desafíos que tenemos, de acompañar al gobierno en su intención, pero sin dejar de lado los intereses comunes que tenemos, en especial en este escenario y como está planteado el panorama, seremos firmes en el reclamo de bajar el gasto.

"El agro es un sector que derrama sobre todas las demás actividades, especialmente en el interior, pero también en la capital del país"

Si bien acompañamos la idea de que no haya, por el momento, rebaja fiscal, por la recesión mundial, creemos que la forma de apuntalar las empresas agropecuarias y todas las demás es mediante la baja de costos para poder tener un ingreso razonable y que pueda generar divisas e inversiones, porque, en definitiva, apuntamos a que vengan inversiones del exterior o que los propios uruguayos hagamos nuestras inversiones para poder trabajar.

¿Cuál es cuello de botella que ve hoy dentro de lo que es la situación del agro en general?

Hoy en día, como el mundo está, tenemos una cierta incertidumbre respecto a los mercados. Este año por la pandemia hubo complicaciones en la logística y la entrada a puerto en China.

El otro tema es el costo país, que sigue con un atraso cambiario importante, más que nada regional, del entorno de 25%, con los combustibles caros, la electricidad cara, y eso afecta todo el movimiento del agro, como los tambos y las actividades como la agricultura donde el consumo de energía es muy importante.

También tenemos el tema de la infraestructura; hoy en día mover nuestros productos hacia el puerto o plantas frigoríficas es muy caro y complejo. Por lo tanto, los deberes son en temas internos y propios, por lo que tienen que trabajar el sector público y privado en conjunto y sacar adelante estos aspectos.

¿Cómo está la Asociación Rural del Uruguay?

La encuentro bien, muy fuerte y consolidada en sus conceptos, ideas y reclamos, trabajando a la par en lo que podamos con todos los delegados en los distintos organismos, representando lo que ha sido en estos 149 años, aportando y haciendo todo lo posible para lograr lo máximo de sí. **NR**

¿Qué mensaje le envía al productor sobre el enfoque que se le va a dar a la gremial?

La ARU, como siempre, ha puesto como principal objetivo el desarrollo rural, el desarrollo de los trabajadores y la familia rural y todo el entorno, no solo en la parte económica de las empresas, sino a la vida rural en todos sus aspectos, importándonos también la educación rural, la vivienda rural y, por supuesto, todo lo que tiene que ver con los centros poblados del interior, que es donde nosotros hacemos pie para conseguir nuestros insumos y demás.

Vamos a tratar de seguir trabajando en pos del sector agropecuario en su conjunto, y para eso vamos a estar observando al gobierno, que si bien recién inicia y está complicado, lo entendemos y lo acompañamos, sin perjuicio de lo cual vamos a estar atentos para poder colaborar en un sector competitivo y pujante.

Y mirando a la interna de ARU, nos comprometemos a apoyar a las distintas gremiales sectoriales o por raza para cumplir sus objetivos, planteando un dialogo abierto, estando a disposición para sus necesidades.

China importará más vacuno y menos cerdo y pollo

La evolución del gusto y un aumento de la producción relativamente modesto respaldarán las compras internacionales

China atenuará sus importaciones totales de carnes en 2021 debido a un descenso en las compras internacionales de cerdo y pollo, pero volverá a incrementar su dependencia internacional en el caso de la carne bovina. Esta es la principal conclusión de las proyecciones del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) respecto a la producción, consumo y comercio mundial de las principales carnes.

El USDA pronostica un descenso de 6% en las importaciones chinas de carne de cerdo y de ave. "El año próximo se espera que las importaciones caigan en tanto los productores están recomponiendo las existencias de cerdos y aumentando la producción" dice la publicación. El aumento de la población de cerdos se está reflejando en un crecimiento de las importaciones de soja, con la consecuente mejora de precio de la oleaginosa en las últimas semanas, que alcanzó los niveles más altos en tres años.

Brasil exportaría un volumen récord por tercer año consecutivo ante la sólida demanda desde China

El USDA agrega que "fuera de China las importaciones de carne están rebotando en tanto la economía retoma ritmo luego de la pandemia de Covid-19 y mejora la demanda del foodservice".

Se proyecta que China importará 4,5 millones de toneladas de carne de cerdo (-6% anual), 2,9 millones de tons de carne bovina (+5%) y 925 mil tons de pollo (-6%). "La evolución del gusto y un aumento de la producción relativamente modesto respaldarán las importaciones de carne bovina. De todas formas, su tasa de crecimiento

Menor producción y consumo y mayores importaciones en la UE

La producción de carne bovina en la Unión Europea se pronostica en caída por parte del USDA, lo que impactará en una reducción del consumo. Se proyectan un descenso de 70 mil toneladas en la producción a 7,73 millones de toneladas y una caída de 40 mil toneladas en el consumo a 7,71 millones.

Las importaciones rebotarían en 2021 en 30 mil toneladas a 330 mil toneladas desde el piso del año actual, aunque serían inferiores a las de 2018 (363 mil t) y 2019 (341 mil t).

Europa ha sido una de las regiones más castigadas por la pandemia. Luego de que durante el verano boreal se lograra cierta mejora en los números de contagio, en las últimas semanas la situación empeoró, por lo que se volvieron a cerrar bares y restoranes en muchas ciudades. Esto impactó en los niveles de demanda internacional de carne vacuna y en los precios de exportación de carne enfriada desde Uruguay.

Si la situación no mejora para el año próximo, difícilmente se cumplan las expectativas positivas del USDA.

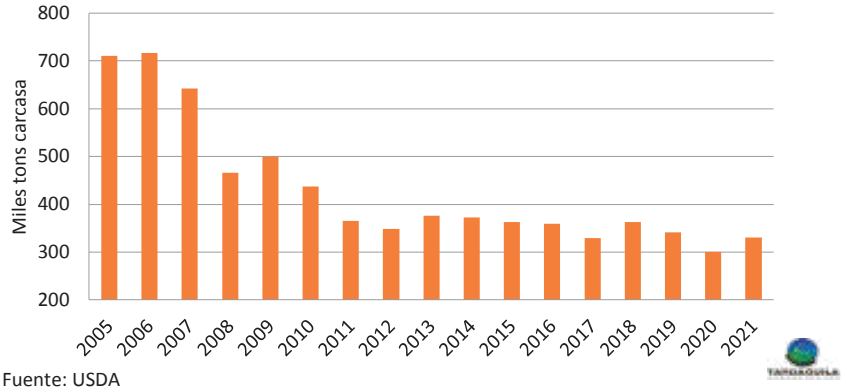
será la menor de los últimos cinco años", agrega el reporte.

Desde el lado de la exportación, el USDA pronostica que las exportaciones globales de carne bovina crezcan 3% en 2021, respaldadas en mejores condiciones económicas y en la recuperación de los canales de foodservice. La mayoría de los principales exportadores elevarían sus volúmenes de venta al mercado internacional con las excepciones de Australia y Argentina, donde una menor producción limitará su saldo exportable. Mientras, Brasil exportaría un volumen récord por tercer año consecutivo ante la sólida demanda desde China junto con una recuperación de los mercados tradicionales.

A su vez, las exportaciones de India se beneficiarían de un aumento de la producción y de una mejora de la economía de sus mercados de destino.

Por su parte, las exportaciones de Estados Unidos se prevé que aumenten 6%, respaldadas en una mayor producción y en la menor competencia desde Australia en los mercados del sudeste asiático. **/NR**

Unión Europea - Importaciones de carne bovina



Fuente: USDA

PROYECCIONES A LARGO PLAZO

China genera perspectivas auspiciosas

En el mediano plazo las posibilidades para los alimentos son positivas gracias a proyecciones del gigante asiático

China podría agregar 189 millones de personas a su clase media en los próximos 10 años .

Si China cumple con su objetivo de agregar 189 millones de personas a la clase media en el correr de la próxima década, seguirá creciendo su demanda por productos cárnicos, lácteos y hortifrutícolas, ya que su producción doméstica no podrá acompañar el aumento de la demanda. Por lo tanto, los volúmenes de importación de estos productos, así como sus precios, seguirán creciendo. Estas son las principales conclusiones de un informe dado a conocer esta semana por el Servicio Agrícola Internacional (FAS) del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) en el que analiza el mercado de importación chino de productos agrícolas.

El reporte establece que se ha producido un drástico cambio en la composición de las importaciones chinas de alimentos. Hasta 2012 el crecimiento estaba dado por los mayores embarques de productos a granel (soja, maíz, entre otros) utilizados como insumo para la alimentación animal. Ese año se detuvo el crecimiento de la importación de esos productos (más allá de que, puntualmente, en este 2020 las importaciones de soja crecieron fuertemente debido a que está acopiándose ante eventuales problemas en la cadena de suministro determinados por la pandemia de Covid-19) y comenzaron a crecer las de productos dirigidos directamente al consumidor final, caso de carnes, lácteos, frutas y hortalizas.

En el caso de los vacunos el crecimiento desde 2012 ha sido exponencial, promediando 48% anual. Para los lácteos la situación es similar, fundamentalmente en el caso de fórmulas infantiles.

Seguirá creciendo su demanda por productos cárnicos, lácteos y hortifrutícolas
Se ha producido un drástico cambio en la composición de las importaciones chinas

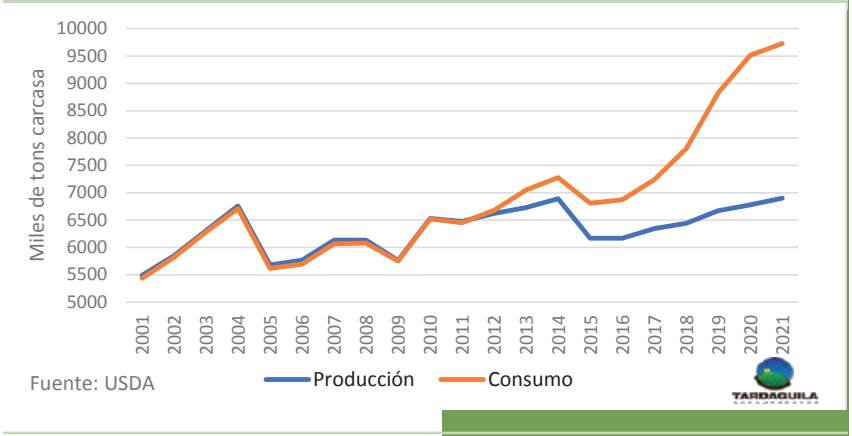
Pero, además, a China le queda mucho por crecer en estos rubros. Por ejemplo, el consumo per cápita de lácteos promedió 35 kilos por habitante en 2019. En la Unión Europea alcanza los 300 kilos. **/NR**

Coyunturas también impactan en la demanda

Esta mirada de largo plazo no tiene en cuenta coyunturas como la de estos años en los que las necesidades de importación de carnes por parte de China se han visto aceleradas por la peste porcina africana, presionando fuertemente al alza los precios de importación.

Por lo tanto, no quiere decir que las referencias de precios sean superiores a las alcanzadas en estos tiempos. Pero dan la tranquilidad en cuanto a que las necesidades, dejando de lado las coyunturas, seguirán una tendencia de crecimiento.

China: Producción y consumo de carne bovina



Fuente: USDA

Brexit, una "enorme posibilidad"

La salida del Reino Unido de la Unión Europea abre perspectivas importantes para las carnes uruguayas en ese mercado

La salida del Reino Unido (RU) de la Unión Europea (UE) representa una enorme oportunidad para Uruguay en términos de exportación de carne vacuna, afirma un análisis del Instituto Nacional de Carnes (INAC) sobre los impactos de la salida del RU de la UE (Brexit). Pero para ello, se debe "avanzar en los mecanismos de acceso arancelario a RU", agrega. En 2019, este mercado importó un total de US$ 1.200 millones y 240 mil toneladas, ubicándose como octavo mayor importador de este producto.

El principal proveedor de RU es Irlanda que, en los últimos cinco años, promedió ventas por US$ 950 millones anuales, representando 70% de las importaciones de este mercado. Sin embargo, su posición de proveedor casi exclusivo está comprometida por lo que pueda pasar en las negociaciones del Brexit.

Para INAC, hay dos caminos posibles, pero en ambos casos la consecuencia puede ser de una reducción de la incidencia irlandesa en el mercado cárnico

La política comercial futura presentada por Reino Unido incluye aranceles elevados para la importación de carne

británico. El primero corresponde a un Brexit sin acuerdo entre RU y UE, bajo el cual Irlanda perdería toda su protección arancelaria, quedando en igualdad de condiciones con el resto de los exportadores de carne vacuna. Por otro lado, ante la consolidación de un

acuerdo entre RU y UE, Irlanda conservaría su ventaja arancelaria, pero, en el mediano plazo, pasaría a competir con países que logren firmar tratados de libre comercio con RU. Actores relevantes del mercado mundial como Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos ya están cursando negociaciones de este tipo.

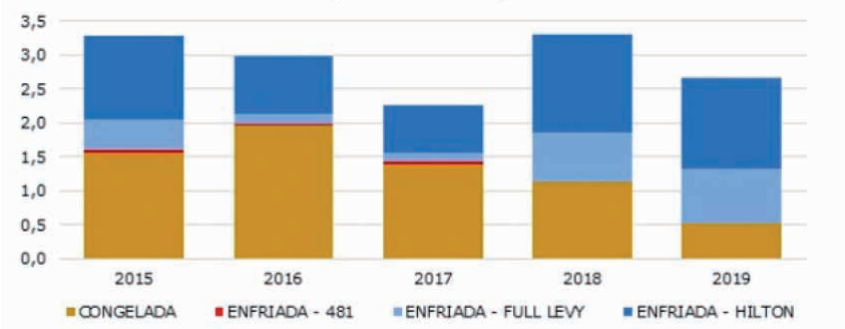
La política comercial futura presentada por RU incluye aranceles elevados para la importación de carne, muy similares a los de la UE (12% del valor más un fijo de 2,53 libras por kilo). De este modo, es posible suponer que sus importaciones deberán implicar algún tipo de preferencia arancelaria. Para el caso de Uruguay, la situación de acceso a RU es poco alentadora: se conservarían 770 toneladas de la cuota Hilton, en tanto no quedaría con ninguna porción de la cuota 481, poco usada por RU.

"Nuestro país debe aprovechar el largo relacionamiento que tiene con esta nación en lo referente al rubro cárnico"

De este modo, para el INAC la única forma de que Uruguay pueda materializar esta oportunidad comercial es avanzar en los mecanismos de acceso arancelario a RU. "Nuestro país debe aprovechar el largo relacionamiento que tiene con esta nación en lo referente al rubro cárnico, y su ventaja inherente en cuanto a condiciones productivas, ausencia de hormonas y promotores de crecimiento, certificaciones y seguridad alimentaria", afirma el organismo cárnico. **/NR**

Uruguay debe trabajar en un mejor ingreso con el Reino Unido tras el Brexit.

Exportaciones de carne bovina de uruguay al reino unido (MILES TONS PE)



Fuente: Sistema de Registro y Gestión de Exportaciones - INAC

Usted ya conoce quien es líder en América del Sur.

Athena Foods es una empresa chilena, que pertenece a Minerva Foods y es conocida por la producción y la comercialización de las mejores carnes de Uruguay. Además, lleva la excelencia y calidad de Carrasco, Canelones y Pul a los cuatro rincones del mundo.

Hable con nosostros

Departamento de Compra de Hacienda
Pul (00598) 4640 2809
Carrasco (00598) 2601 4002 - Interno: 125
Canelones (00598) 4332 2718 - Internos:156/256

ANÁLISIS

Por Rafael Tardáguila
rafael@tardaguila.com.uy

Drástico descenso de la edad de faena

Nunca antes los novillos que ingresan a frigorífico han sido más jóvenes que este año, con un promedio de menos de 32 meses

En el último año la edad de faena de novillos sufrió un drástico descenso, impulsada por una demanda agresiva que pagó muy altos valores y que, de esa manera, promovió una aceleración de la terminación de los animales mediante una mayor inversión en su alimentación. No solamente el país ha logrado el hito de alcanzar los 3 millones de terneros contabilizados al cierre del ejercicio 2019/20, sino que además la edad de faena de novillos es la más baja de la historia. Señales de una ganadería con todos los motores encendidos.

En los 12 meses cerrados en agosto, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Carnes (INAC) ingresaron a plantas de faena 915 mil novillos. Respecto a los 12 meses anteriores (a agosto de 2019) se produjo un fuerte descenso de 125 mil cabezas, o 12%. Pero la caída no ha sido pareja para todas las categorías, sino que las que bajaron fueron las de novillos 6 dientes y boca llena, parcialmente compensado por un aumento significativo en la cantidad de animales de 2-4 dientes.

En el año a agosto se faenaron 443 mil novillos de 2-4 dientes, con un aumento de 10% respecto a los 12 meses anteriores, en tanto que los de 6 dientes bajaron 26% a 155 mil y los de boca llena se desplomaron 35% a 228 mil. De esta manera, los de 2-4 dientes pasaron a ser 48,4% de la faena (incluyendo los novillitos diente de leche, que son unos 89 mil), casi 10 puntos porcentuales más que en el período anterior.

Inevitablemente esta tendencia guarda relación con una mayor inversión en la alimentación de los animales tanto en la recría como en la fase de terminación. No es casual que esto se complemente con la mayor superficie destinada a praderas permanentes y cultivos forrajeros anuales en el país. Entre ambas, de acuerdo con datos del Ministerio de Ganadería, sumaron 1,8 millones de hectáreas, la mayor superficie por lo menos en lo que va de este siglo. A su vez, se mantuvo la inversión en los corrales de engorde. A pesar del descenso en la faena global, los animales que salieron de los corrales en lo que va del año son una cantidad similar a los del año pasado. La amplísima mayoría de ellos, novillos de 2-4 dientes y vaquillonas.

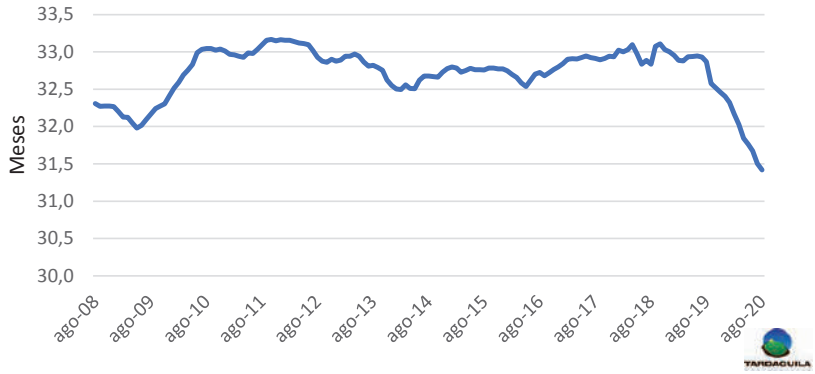
A pesar del descenso en la faena global, los animales que salieron de los corrales en lo que va del año son una cantidad similar a los del año pasado

La baja procesada en los precios de los animales a faena seguramente moderará esta tendencia de rejuvenecimiento de los animales que ingresan a faena. Sería saludable que no se vuelva atrás. **/NR**

Faena de vaquillonas también creció fuerte

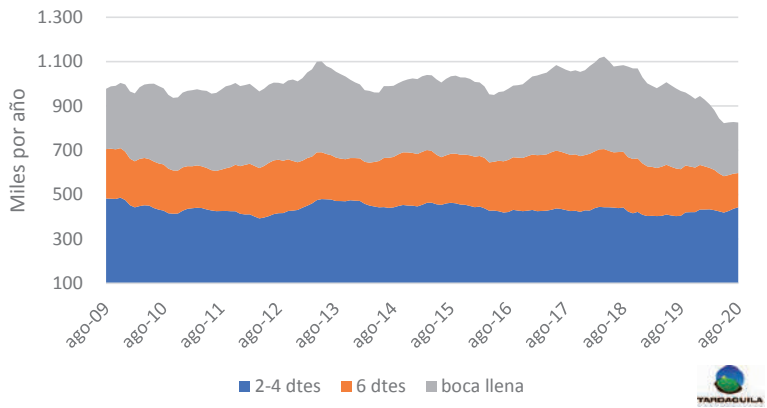
No solamente los novillos se faenan más jóvenes, sino que también creció fuerte el ingreso de vaquillonas a plantas frigoríficas. La cuota 481, de animales terminados a corral, fue un gran incentivo en este sentido. Hasta 2014 se faenaban unas 180 mil vaquillonas por año. Desde entonces, coincidiendo con la mencionada cuota europea de carne de alta calidad, creció hasta un pico levemente superior a las 300 mil cabezas. En los últimos meses se moderó a unas 280 mil, quizás por el incentivo para incorporar más animales al rodeo de cría, vistos los altos precios de los terneros.

Edad de faena de novillos (12 meses móviles)



Por dos años, desde el primer semestre de 2017 hasta mediados de 2019, la edad media de faena de novillos osciló en los 33 meses. A partir de entonces se produjo un drástico descenso hasta 31 meses y medio en los 12 meses a agosto de 2020.

Faena de novillos por categoría



La caída en la faena de novillos no fue pareja para todas las categorías. Desde el primer trimestre de 2018 en adelante se contrajo rápidamente el ingreso de animales boca llena a frigorífico —de la mano de una caída en la disponibilidad de ejemplares en esta categoría— en tanto se mantuvo relativamente estable el de animales nuevos.

ENTREVISTA

Por Yonnatan Santos
– santos@tardaguila.com.uy

“La incertidumbre es un mal amigo de los negocios”

Walter Hugo Abelenda se refirió al escenario actual del mercado y las perspectivas para el último trimestre de este difícil 2020

Walter Hugo Abelenda comenzó hace 44 años sus actividades como martillero y empresario del rubro agropecuario. La sede central del escritorio está en la ciudad de Florida y el local de la Rural de ese departamento es su centro de ventas, pero tiene actividad en casi todo el país

Walter Hugo Abelenda, principal del escritorio del mismo nombre en el departamento de Florida, con operativa en gran parte del país e integrante del consorcio Plazarural, analizó para Negocios Rurales los pormenores del mercado ganadero y el alcance del COVID-19 en el rubro.

¿Cómo está viendo el cierre de este año, tras todos los factores que afectaron al sector desde el pasado mes de febrero cuando se derrumbaron los precios de las haciendas tras alcanzar niveles históricamente altos?

Creo que es un año que, sin decir nada novedoso, está signado por la incertidumbre, que lamentablemente no solo la economía uruguaya sino la mundial se ha visto perjudicada en forma distinta, dependiendo de cada país, pero todas perjudicadas por la pandemia que realmente, en la medida que pasan los meses, genera mayor incertidumbre de cuándo va a culminar.

La incertidumbre es un mal amigo de los negocios, porque no nos deja prever, nos termina inclinando hacia la suposición y la especulación que no siempre son de acuerdo a lo que presuponemos y, por lo tanto, nos predisponemos a una especie de lotería donde nos puede ir muy bien o muy mal.

Todos nos ponemos cautelosos y no podemos olvidar que la pandemia aparece en un momento posterior a un pico de precios nunca visto, pasando de tener un boom de precios en la carne a esta altura del año pasado que valía más de US$ 4 por kilo, a hoy que apenas supera los US$ 3, yendo de un extremo a otro; eso está contaminado por el efecto coronavirus.

El crecimiento de la deuda no ha sido importante, el cumplimiento con los bancos es compatible con una lógica de una economía sana

El mundo necesita alimentos, particularmente la proteína que brinda la carne y es un producto que si bien no es escaso, crece más lento de lo que crece la demanda de la población mundial. Es un producto noble e imprescindible para la salud humana. Incluso en aquellos países donde la empezaron a probar y adoptar hace pocos años, les ha resultado favorable y cada vez logra mayor cantidad de adeptos. Muchas cosas pueden crecer, pero lo que no crece es el bien suelo; por lo tanto, aquellos países que producimos alimentos tenemos que hacerlo en cada vez menos tiempo.

"El mundo necesita alimentos y es un producto que, si bien no es escaso, crece más lento que la demanda"

Esto nos llevó a tener mayor calidad de la carne por faenar animales más jóvenes, con mayor terneza, mejor color, mejor terminación y conformación, por lo que, en definitiva, tras la pandemia, volveremos a tener el sitial que nunca merecimos perder.

Es ahí donde está la doble lectura de la pandemia, porque si bien afectó a todo el mundo, el sector ganadero fue afectado en menor nivel y se pudo continuar con la producción.

Ha tenido un impacto que, comparado con otros rubros como el turismo, fue muy inferior, pero de todas maneras la demanda se ha retraído, los mercados han achicado los volúmenes de compra y han disminuido los valores en términos generales, lo que demuestra que también nos ha pegado y nos plantea un panorama de incertidumbre en cuanto a tener la capacidad de imaginar cuándo será que esto se termine.

¿Con este escenario, cómo está la economía del productor ganadero?

Yo la veo razonablemente bien, los números de endeudamiento están dando que el crecimiento de la deuda no ha sido importante, el cumplimiento con los bancos es compatible con una lógica de una economía sana.

De todas maneras, se está recibiendo recién ahora un golpe grande desde el rubro agrícola, con la soja que pasó de valer casi US$ 600 por tonelada a menos de US$ 300, sumado a eventos climáticos que perjudican la producción de kilos. Eso endeudó a mucha gente, la complicó y la hizo cambiar de rubro, pasando ahora a la ganadería. **/NR**

La experiencia de superar crisis

¿Cómo han trabajado a nivel de la firma y cómo se proyectan para el cierre del año?

El escritorio nuestro por suerte tiene muchos años de vida, superando crisis muy importantes, y todos se acuerdan de la de 2002, pero se me viene a la memoria lo que nos pasó por el año 1992, cuando tuvimos el quiebre de alguna planta frigorífica a la que le remitíamos. Tengo en el recuerdo también algunos problemas de cuando exportábamos ganado en pie a Argentina en el año 1997-98, superándolos a todos y siempre cumpliendo con la palabra, y nunca pagamos un ganado un día después del plazo que correspondía y en muchos casos adelantándolo gracias al apoyo financiero de los bancos. Esto nos da la experiencia, la paciencia y el temple para poder superar dificultades como esta, que al lado de aquellas es bastante inferior.

Padecemos lo que todos sufren, que es el costo operativo alto, con un mundo que ha ido cambiando en función de las redes sociales y la participación de nuevas generaciones y la aplicación de la tecnología, porque pareciera hoy que cualquiera pudiera vender un ganado. Pero de esa forma se le quita profesionalismo. Más allá de esto, a los cambios hay que aceptarlos, tratar de no cerrarse y actualizarse. En eso estamos.

Por suerte en el caso nuestro tenemos un equipo importante con nuestro hijo Joaquín, que nos sigue los pasos y es un apasionado del rubro, buen martillero y dedicado al tema del escritorio, por lo que en la medida que se sustituyen las fatigas de uno, esas sangres renovadas compensan lo que a uno le puede faltar y hemos tenido la suerte de vender algunos establecimientos agropecuarios que son negocios importantes que le dan empuje a la economía y a la solvencia del escritorio.

También contamos con clientes muy fieles, de toda la vida, como por ejemplo uno que tiene 104 años de vida y desde que arranqué en esto hace 44 años es cliente mío. Incluso hoy le administramos su campo. Son cosas que nos llenan de ilusión. Cuando uno camina por un trillo limpio y prolijo, cumpliendo con su palabra, hay rango de acción para progresar y tratar de ser los mejores en su rubro.

Mejores pasturas generan mayores ingresos

Los predios ganaderos de la organización tuvieron un ingreso de capital medio de US$/ha 111 en 2019/20

El ingreso de capital de los predios ganaderos de Fucrea se mantuvo en moneda constante en el ejercicio 2019/20 comparado con el anterior, siendo uno de los tres mejores resultados de la serie que comienza en el año 2000, dijo el ingeniero Gonzalo Ducós, coordinador del área ganadera de la organización de productores, al dar a conocer los resultados económicos del último ejercicio.

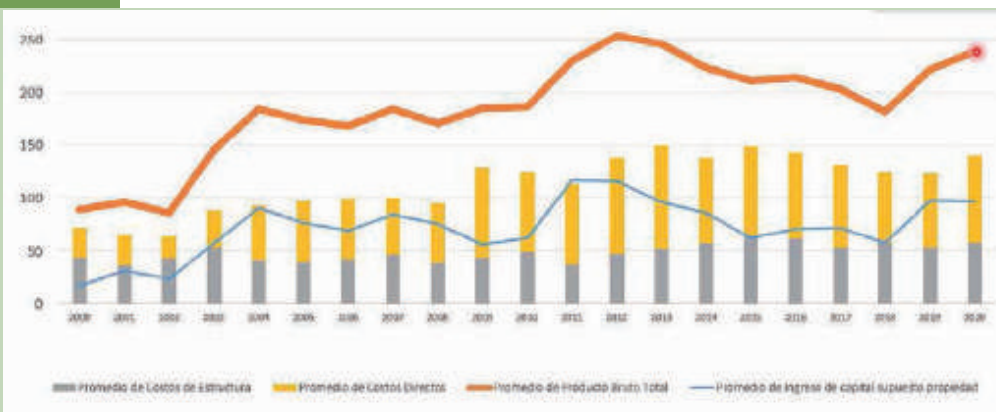
La jornada se realizó vía streaming y contó con la participación de cerca de una centena de productores integrantes de los distintos grupos ganaderos a lo largo y ancho del país.

Al momento de las conclusiones, Ducós aseguró que se sigue viendo que "más mejoramientos generan más carne, más producto bruto y mayores ingresos" en los predios analizados. Por lo tanto, la inversión en pasturas redunda en una mejor salud económica de las empresas ganaderas. Los resultados en este sentido son consistentes a lo largo de los años.

Se analizaron 202 carpetas de 20 grupos Crea Ganaderos que suman 420 mil hectáreas. El Ingreso de Capital promedio fue de US$/ha 111 y el Ingreso Neto de US$/ha 91. A su vez, el 25% inferior tuvo un Ingreso de Capital promedio de US$/ha 49 y el 25% superior de US$/ha 195.

Ducós explicó que la tendencia a la baja en el Ingreso de Capital se quebró en el ejercicio anterior, el 2018/19, y que en el recientemente cerrado se mantuvo en niveles similares. Aunque aumentó el Producto Bruto Total, esa suba fue acompañada por un crecimiento en el promedio de los Costos Directos, por lo que el resultado final fue muy similar.

En promedio, la producción de carne equivalente por hectárea durante el ejercicio 2019/20 fue de 133 kilos, con una dotación de 0,9 Unidades Ganaderas



El Producto Bruto aumentó por segundo ejercicio consecutivo en 2019/20 luego del piso de varios años alcanzado en 2017/18. Pero también subieron los costos directos, por lo que el resultado económico fue muy similar al del ejercicio inmediato anterior y se posicionó nítidamente por encima de los de 2015 a 2017.

En promedio, la producción de carne equivalente por hectárea durante el ejercicio 2019/20 fue de 133 kilos, con una dotación de 0,9 Unidades Ganaderas y una relación lanar/vacuno de 0,62. Las carpetas del 25% inferior tienen una menor dotación (0,86 UG/ha) y una mayor relación lanar/vacuno (0,66), con una producción de carne equivalente por hectárea de 111. Por su parte, el 25% con los mejores resultados económicos tuvo más dotación (0,99 UG/ha), una menor proporción de lanares (0,48 ovino por cada vacuno) y una producción de carne equivalente de 182 kilos por hectárea.

Ducós presentó además los resultados discriminados por zona, dividiendo al país en región norte, noreste, centro y este. Aclaró que no son datos comparables en su evolución, porque en todos los años no se incluyen los mismos establecimientos. Más allá de esa puntualización, en la región norte el Ingreso de Capital en 2019/20 sufrió un descenso de 4% respecto al anterior a US$/ha 86, en el noreste tuvo un aumento significativo de 28% a US$/ha 109, en tanto que en el centro y en el este cayó 2% anual a US$/ha 128 y US$/ha 127, respectivamente. **/NR**

Como siempre, la cría tiene menores ingresos que la invernada

Por más que los costos de las invernadas son superiores a los de la cría, en la amplísima mayoría de los casos logran resultados económicos superiores. En los números presentados por Fucrea para el ejercicio 2019/20 la invernada logró un Ingreso de Capital promedio de US$/ha 126, en tanto que la cría promedió US$/ha 86.

Los campos criadores suelen ser de menor potencial y eso se refleja en los indicadores productivos.

El costo de los insumos en los predios invernadores prácticamente duplica al de los criadores, como se puede ver en el cuadro, pero el Producto Bruto es casi US$/ha 150 superior.

Los predios de ciclo completo e incompleto tienen resultados económicos intermedios.

	Cría	Ciclo incompleto	Ciclo completo	Invernada	Cabaña
nº carpetas	28	68	47	42	6
Superficie Útil (ha)	1454	2.228	2.500	1694	1.453
Superficie de Pastoreo (ha)	1402	2.045	2.323	1445	1444
PB (U$S/ha S. Útil)	195	239	236	341	377
Insumos (U$S/ha S. Útil)	109	129	134	215	166
Ingreso de Capital (U$S/ha)	**86**	**110**	**102**	**126**	**211**
Rel I/P	0,56	0,54	0,57	0,63	0,44

Albasoft provee sistema de gestión especializado en frigoríficos

Claudio Corso, director de la empresa, dijo que el costo del producto se adapta al nivel de faena

Claudio Corso, director de Albasoft. La empresa brinda en un solo sistema una variedad de soluciones para la industria frigorífica.

AlbaSoft es un sistema de gestión especializado en la industria frigorífica con 25 años dentro del ramo. La herramienta permite organizar, recopilar y analizar la información generada en cada etapa del proceso industrial, de manera de optimizar los procesos y disminuir costos operativos, mejorando la competitividad de la empresa.

En entrevista con Negocios Rurales, Claudio Corso, director de Albasoft, explicó las principales características del software de gestión que, desde la década de los años de 190, ha debido adaptarse a innumerables cambios y requisitos.

¿De qué se trata este sistema?

Albasoft es una empresa que se dedica principalmente a la industria frigorífica. Surgimos en el año 1995, desarrollando un software exclusivamente para ese sector, en el cual se prevén todos los procesos de estas industrias, que son tan particulares. Lo que nos hace diferente a cualquier otro rubro es que desarman el producto final en vez de armarlo y por eso tenemos que prever todos esos pasos, con trazabilidad, control de mermas, producción y todos los procesos internos de un frigorífico.

AlbaSoft se encuentra alojado en la nube, lo que permite un acceso rápido desde cualquier sitio. Así se agilizan procesos, ya que el trabajador podrá ingresar o acceder a datos de forma simple con cualquier dispositivo que esté a su alcance, sin depender de trasladarse a una computadora. Esto redunda en una reducción de costos: ya no es necesaria la compra y el mantenimiento de hardware en la empresa.

"Nos integramos a cajas negras para hacer un uso eficiente de las ventajas que le da"

Ustedes tienen una conexión directa con el sistema de cajas negras. ¿Qué beneficios tiene esto?

Sí, siempre que podemos nos integramos a cajas negras para hacer un uso eficiente de las ventajas que da, basados en la necesidad que tienen de usarlo.

¿Cómo funciona el sistema?

Nosotros tenemos dos sistemas, uno es el más usual, que es un servidor con puestos de trabajo conectados, y

tenemos una segunda modalidad denominada web, desde donde trabajan y la novedad es que podemos adaptar el costo del producto al nivel de faena o producción de cada planta. De esta manera, se intentan acompañar los vaivenes que tiene la industria en su producción; si cae, el costo fijo y mensual lo acompaña.

¿En qué se diferencian de otro tipo de servicios similares?

En Uruguay lo que existen son departamentos de software internos de cada frigorífico que tienen un desarrollo propio, pero nosotros damos una solución que puede ser instalada en cualquier planta y que tiene previsto todos los procesos industriales que normalmente usan.

"Hoy con nuestro sistema tenemos clientes que están exportando a Europa y Estados Unidos"

Recopilamos las mejores prácticas en cada uno y lo ponemos en un software que está integrado.

Es un sistema relacionado a las demandas de los mercados a nivel internacional. ¿Ustedes atienden esos cambios?

Nos adaptamos principalmente a los mercados más exigentes. Tenemos clientes que están exportando a Europa y Estados Unidos, que son de los más exigentes en cuanto a trazabilidad, control y gestión. Además, ahora China tiene un peso muy importante, con las especificaciones de las etiquetas y la nomenclatura particular; también cuando hay faena kosher con todos los reportes especiales que piden.

La trazabilidad y sus ventajas

¿Cómo utilizan el sistema de trazabilidad?

Nosotros tenemos tres niveles de trazabilidad y la más usual es la trazabilidad por lote, por fecha de producción, pero tenemos previsto y hemos hecho pruebas de hacer trazabilidad a nivel de corte, asociado directamente a la identificación del animal que viene caravaneado desde el campo, algo que no se usa normalmente porque es un proceso caro y lento pero en algunos casos particulares, dependiendo del cliente, se da la opción.

¿Qué tipo de clientes manejan ustedes?

Tenemos clientes en prácticamente toda la línea de faena en Uruguay, con algunos niveles de faena del estilo de frigorífico Las Moras, Solís y San Jacinto, y hay otros clientes más chicos que usan el sistema modo de administración.

Con 25 años en el rubro, han debido adaptarse a varias nuevas exigencias y requisitos.

Nosotros nos adaptamos a cada una de las exigencias que han ido surgiendo en estos últimos 25 años. El cambio más grande lo tuvimos en el año 2000, cuando el famoso evento donde los sistemas no tenían previsto el cambio de fecha. En esa época fue cuando Jorge Batlle decidió empezar a utilizar la trazabilidad y nosotros emitimos la primera etiqueta de trazabilidad presentada con los datos de faena y código de barra que identificaba el origen del animal y todas las características.

A partir de ahí fuimos evolucionando y el sistema básicamente prevé todo el proceso, desde que entra el animal vivo a la planta, hasta que sale el corte adentro en una bolsa de vacío dentro una caja por la otra punta. **/NR**

China "permitió mejorar la ecuación económica"

El gerente general de frigorífico Casa Blanca dijo que el gigante asiático sigue firme, pero con menor presión en los precios

El gerente general de Casa Blanca dijo que China llegó a su techo y sostuvo que aprendieron de la experiencia del año pasado que hizo subir los precios a niveles históricos.

Negocios Rurales analizó el mercado internacional de la carne y el comportamiento de la oferta de haciendas con destino a faena con Carlos Fuidio, uno de los principales de Frigorífico Casa Blanca.

¿Cuál es la situación actual de la industria frigorífica?

Claramente la situación ha mejorado respecto a los últimos tres años. La realidad es que en ese periodo la industria pagó por la hacienda más de lo que debería haber pago de acuerdo a los números y la ecuación económica, explicado básicamente por la gran competencia que hay en Uruguay entre las diferentes industrias. Esto hizo que los números y balances en ese periodo fueran rojos, y con años muy complicados, realmente.

A partir del mes pasado, de a poco, la tendencia parecería revertirse. Esperamos que esto se mantenga en el tiempo para darle oxígeno a todas las industrias, que vienen muy golpeadas.

¿Esa nueva realidad que se viene dando desde el mes pasado responde a un menor precio de la hacienda o a un mayor precio internacional?

Yo diría que a las dos cosas. La hacienda en las últimas semanas ha venido bajando y fundamentalmente se está adecuando a los precios regionales, ya que hasta no hace mucho tiempo la diferencia de precios con Paraguay, Brasil y Argentina era casi un dólar respecto al precio que pagaba Uruguay, lo cual hacia al negocio muy poco competitivo en el exterior. Hoy ese margen se sigue achicando y, si bien sigue siendo el precio más caro, las diferencias son más reales.

La hacienda en las últimas semanas ha venido bajando y fundamentalmente se está adecuando a los precios regionales

Por otro lado, a nivel de los precios del mercado exterior hay que separar las cosas. Por un lado Estados Unidos donde hoy no se está haciendo nada por temas bacteriológicos y de retención de contenedores, que hizo que se frene ese mercado. Por otro lado está Europa, que por el rebrote del COVID-19 el mercado se frenó y hoy se hacen pocos negocios con ese mercado.

En contraste con todo esto tenemos a China, que sigue siendo el principal

mercado para las carnes uruguayas, que en las últimas semanas ha venido levantando en precios y ahora, por lo que se vislumbra, parece haber llegado al techo y pararía de subir en este momento. Pero fue el mercado que traccionó y permitió mejorar la ecuación económica.

¿Qué pasa con la oferta de hacienda para industria y cómo la analizan para el cierre del año?

Viene en aumento, después de muchos meses de poca oferta ha aparecido un poco más, básicamente porque los ganados se empezaron a preparar y lo que no se mató los meses anteriores, está apareciendo ahora. Y el clima medio seco lleva a que los productores decidan desprenderse de sus ganados en estos momentos.

Yo espero que este aumento se mantenga de acá hasta fin de año.

Volviendo a China, ¿cómo están viendo a ese mercado, que parece estar repuntando?

En las últimas semanas ha estado subiendo fuerte, entre 100 y 200 dólares por semana de acuerdo a los diferentes cortes, pero en los últimos días, luego de sus feriados, da la sensación que salieron más calmos al mercado, dispuestos sí a comprar porque hay demanda, pero sólo a precios competitivos, y esa tendencia de querer subir los precios no se está convalidando.

"Se apalancó esta situación por el apoyo de los productores y de los consignatarios"

Parecería que los chinos aprendieron la lección del año pasado con un mercado que fue un fuego y llegó a un punto que los desbordó, con compradores que no se levantaron, renegociaciones y demás, y parece que ahora están controlados a la hora de concretar los negocios, por eso me parece que estamos en el techo de los precios.

Estos años han sido duros para la industria a nivel internacional según nos mencionó anteriormente. ¿Cómo hace una empresa media de capitales locales para enfrentar estos escenarios?

Básicamente se apalancó esta situación por el apoyo de los productores y de los consignatarios, que han tenido paciencia, han entendido la situación y el crédito fue de ellos, lo cual nos hace estar eternamente agradecidos. Por suerte se ha salido de la tormenta, se ha podido pagar y trabajar en forma ordenada, con una situación actual mucho más cómoda y tranquila en ese aspecto. **/NR**

Conflicto entre China y Australia posicionó "muy bien" al ovino uruguayo

En las últimas semanas, según la información de INAC, se ha visto una actividad importante de Casa Blanca con ovinos ¿A qué responde esto?

Básicamente a China, es su tracción. Hay que mencionar que por un problema político entre China y Australia el comercio entre ambos países cayó, empezaron a mirar otras opciones y ahí Uruguay se posicionó muy bien.
Esto hace que tanto en capones y ovejas como en corderos el mercado se haya vuelto interesante, ya sea para carcasas enteras o para cortes. Son opciones válidas en un negocio interesante que en estos momentos está dando y coincide con una oferta importante de ovinos en nuestro país.

¿Esto explica la valorización del ovino en estas últimas semanas?

Exacto, todos los frigoríficos que hacen ovinos están aprovechando esta situación, tratando de acaparar lo máximo que se puede y eso también estaría en un precio máximo, pero habrá que esperar a ver qué sucede en los próximos días.

En el año al 10 de octubre frigorífico Casa Blanca faenó 25.651 vacunos, 1,8% del total. La categoría predominante ha sido la de vacas (12.035), seguida por novillos (7.203) y vaquillonas (6.051).

Además, es la quinta principal planta de ovinos en lo que va del año, con 41.009 animales, 7,7% de la faena total de la especie.

A su vez, colocó en el mercado internacional productos por casi US$ 17 millones en lo que va del año. Su principal destino es China —como para toda la industria— con US$ 12,4 millones. Lo sigue Chile, país con el que Casa Blanca tiene una larga relación como proveedor, con ventas por US$ 1,6 millones.

Venta de toros con menor promedio

Con 50% de los remates ya efectuados se advierte un alto nivel de colocación, aunque con referencias inferiores a las registradas en el año anterior

La zafra de toros está marcando nuevamente la agenda con precios inferiores pero con un alto nivel de colocación.

La zafra de toros 2020 comenzó como se esperaba. Con una mayor oferta de ejemplares, que toma como base la genética histórica de cabañas que vienen mejorando su selección año a año, y otras que vienen dando sus primeros pasos y salen a las distintas pistas a ofrecer sus productos.

Es claro que el escenario de precios para las haciendas gordas muy por debajo de la referencia que estaba situada hace exactamente un año, hacía prever un ajuste en los precios que se viene dando en todos los remates, al menos hasta la fecha.

Otro factor que los consignatarios están analizando es la falta de lluvias en gran parte del país, lo que tiene con mayor cautela a los compradores que, si bien tienen un número importante de vientres a entorar —y ese objetivo sigue intacto— lo hacen con un horizonte no tan prometedor. La colocación de animales viene siendo superior al año pasado, lo que fue destacado por los empresarios del rubro.

Si se tiene en cuenta a las cabañas de punta en las diferentes razas, hasta la fecha el principal valor en cuanto a precios promedio lo tiene la cabaña de la raza Hereford, Las Anitas de Alfonso, que logró este año US$ 4.231, cuando el año pasado había promediado US$ 5.483, y se había posicionado también como el máximo promedio de la zafra.

En otro de los puntos de destaque está cabaña Los Macachines, de Sociedad Ganadera El Yunque, que vendió su torada Aberdeen Angus a un valor medio de US$ 4.198, es levemente inferior al 2019, cuando se consiguió una media de US$ 4.423.

Pero también se van metiendo al top 5 algunas cabañas que habitualmente tienen buenos remates, pero en base a sus logros en pistas durante los últimos años se vienen ganando adeptos que pagan y muy bien su genética, tal el caso de cabaña Macedo de Riani, que al cierre de esta revista era el tercer remate en promedios, con US$ 4.061.

En este escenario aparece también el remate de los toros de la Central de Pruebas de Kiyú, de la Sociedad de Criadores de Hereford del Uruguay, que mantiene una referencia dentro del mercado y que tras algunas medidas que se aplicaron para mejorar el nivel en los últimos años, se ha logrado revalorizar ese evento y tuvo este año un promedio de los mejores, con US$ 4.038.

Como destaque, aparece en el quinto lugar de mejores promedios una cabaña criadora de la raza Brangus, como es el caso de Berachí, que vendió su torada en un promedio de US$ 3.950.

Si se tiene en cuenta el relevamiento permanente que hace la sección Rurales del diario El País, al 14 de octubre se habían comercializado en el país un total de 2.219 toros con un promedio general que alcanzaba los US$ 3.215.

La raza Aberdeen Angus es hasta la fecha la más demandada y ofertada, significando 57% de lo vendido, seguido con Hereford con 28%. Esta última, más allá de la menor cantidad de animales, se vende a un precio promedio superior.

En estas semanas la actividad pasa a concentrarse en el este y noreste del país, donde las ventas comienzan a tener mayor fluidez en estas fechas.

Lo que es claro es que Uruguay va a mantener un ritmo importante de entore y que el productor, pese a todo, está enfocado en, al menos, mantener los tres millones de terneros conseguidos en la pasada primavera. **/NR**

carve850.com.uy

Escuchás a Martín Olaverry

Martín escucha lo que todo un país tiene para decir.

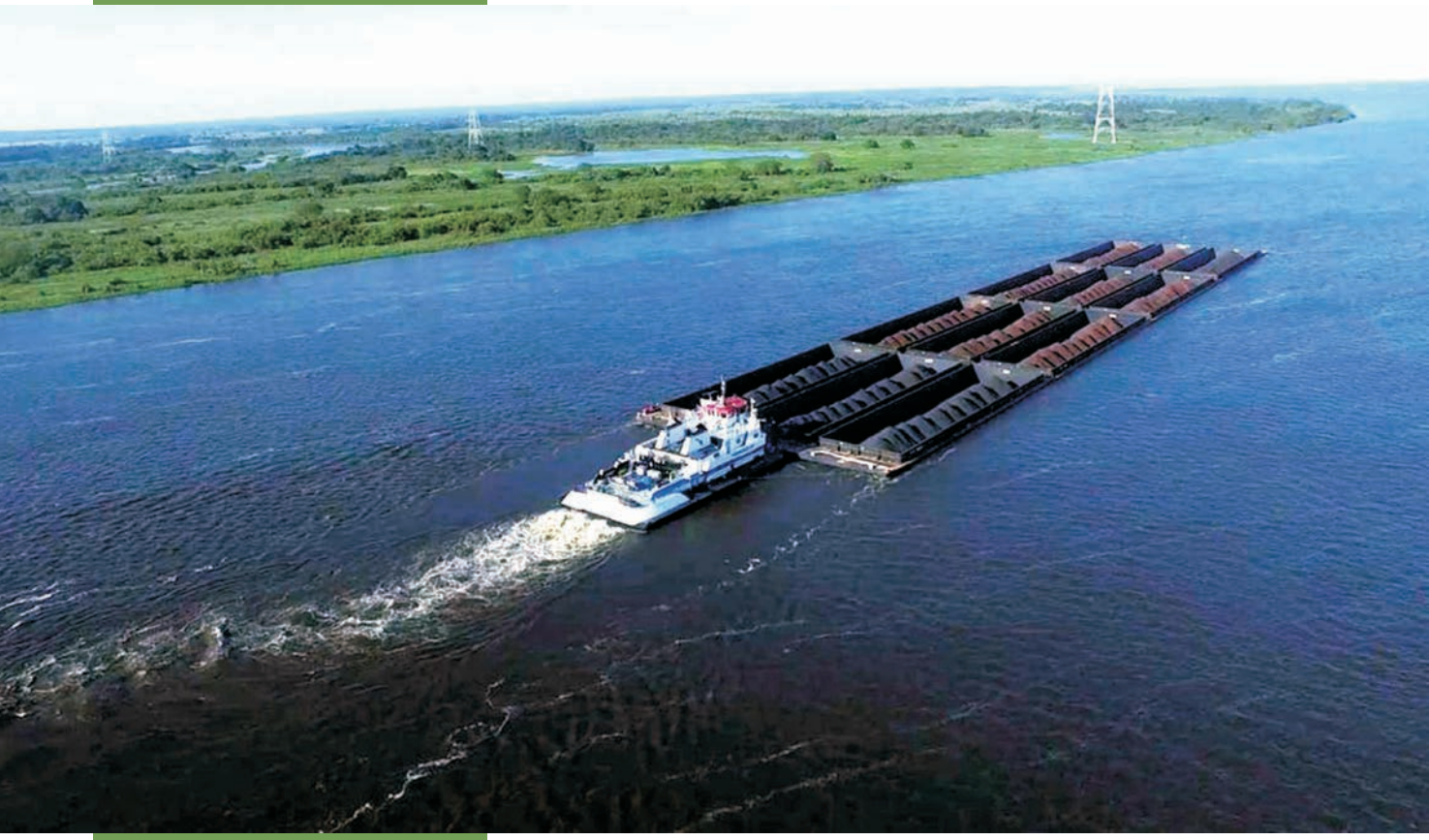
CARVE 850 AM

Valor Agregado

Lunes a viernes - 11 h

Impulsan hidrovía en litoral

Desde el Gobierno se busca minimizar los costos de traslado tanto de productores graneleros como forestales



Uruguay busca el apoyo de Argentina y Brasil para impulsar una hidrovía por el Río Uruguay desde San Borja a Montevideo.

La hidrovía del río Uruguay contribuiría a reducir costos logísticos de los productores graneleros y forestales y a potenciar los puertos nacionales, indicó el subsecretario de Transporte y Obras Públicas, Juan José Olaizola. Un mecanismo de esclusas en el complejo hidroeléctrico de Salto Grande y la extensión de la navegación de unos 550 kilómetros al norte permitirán impulsar proyectos comerciales.

Olaizola informó que el Gobierno promueve el desarrollo de la hidrovía para favorecer la navegación en el río Uruguay, aguas arriba de la represa de Salto Grande, hasta las localidades de Santo Tomé, en Argentina, y San Borja, en Brasil.

"Si podemos lograr ese propósito con Argentina y Brasil, (los puertos uruguayos) podrán captar cargas, principalmente soja, arroz y maíz del estado brasileño de Río Grande del Sur, además de soja y productos forestales de las provincias argentinas de Entre Ríos y Corrientes", analizó el jerarca, en diálogo con Comunicación Presidencial.

Los productores agropecuarios podrían utilizar este sistema hídrico para abaratar costos logísticos y facilitar la salida de mercaderías. También potenciaría los puertos de ambos márgenes ubicados al sur de Salto Grande.

"Es cada vez más importante que nuestros países puedan mejorar sus tarifas logísticas. Los costos de producción muchas veces son similares, pero aquellas terminan definiendo el precio de colocación de nuestros productos en los mercados compradores. Por eso, es necesario optimizar los costos logísticos y desarrollar nuevas vías de salida para la producción", señaló.

Los productores agropecuarios podrían utilizar este sistema hídrico para abaratar costos logísticos

El subsecretario informó que hubo contactos con los Gobiernos de Argentina y Brasil y entre productores de los

tres países, tendientes a potenciar el sistema hídrico. Inversores privados también manifestaron su voluntad de llevar adelante estos proyectos. En ese sentido, autoridades de la cartera y de las direcciones de las comisiones binacionales de Salto Grande y del Río Uruguay recibieron propuestas de operadores privados interesados en concretar este objetivo.

“Llegaría hasta las localidades de Santo Tomé, en Argentina, y San Borja, en Brasil”

Uno de los proyectos para extender la navegación del río Uruguay prevé salvar los pasos de Salto Chico y la represa de Salto Grande, utilizando el arroyo San Antonio como vía fluvial alternativa, en la margen oriental del río. La segunda propuesta implica terminar la construcción de una esclusa junto a la represa de Salto Grande y realizar un canal en la margen occidental del río.

“Es importante llegar a acuerdos entre los países de la región para que apoyen y hagan viable esta iniciativa que impulsa el Gobierno uruguayo”, indicó Olaizola acerca de esta inversión que, según precisó, requerirá “cientos de millones de dólares”. La mayor parte de los recursos se utilizarían en obras de infraestructura en el área del complejo hidroeléctrico, en el dragado y derrocamiento en distintos puntos del cauce del río, tanto al norte como al sur, explicó. **/NR**

Lacalle Pou destacó esta iniciativa

En la presentación del buque portacontenedores GF Paysandú, el 24 de julio, en Paysandú, el presidente de la República, Luis Lacalle Pou, expresó: El río Uruguay “está llamado a ser nuestro gran socio y si logramos convencer a los argentinos y brasileños de su utilización, mediante obras de infraestructura, no me caben dudas de que estamos ante un futuro muy promisorio”.

“Una vez que el transporte y la logística faciliten la llegada de bienes, seguramente, se van a radicar más inversiones. Ese es el estímulo principal, y si para eso son necesarias inversiones económicas, si hacen falta zonas francas, que el Estado ceda beneficios y promociones, lo vamos a hacer”, añadió.

Bajó la importación de carne desde Brasil

La menor oferta de animales para faena en el vecino país retrasó los embarques y los redujo 26% mensual

Brasil, el principal exportador de carne a Uruguay, tuvo problemas logísticos para completar los embarques durante setiembre .

La importación de carne vacuna en setiembre sufrió una sensible caída en volumen, en tanto que el valor medio de importación no tuvo grandes variaciones. De acuerdo con datos de Aduanas ingresaron 2.316 toneladas de carne vacuna fresca, de las cuales 2.065 toneladas eran enfriadas. Esta últimas promediaron US$/t 3.890. El volumen fue 821 toneladas inferior al de agosto, una caída de 26%. Además, fue la menor cantidad desde mayo, cuando la producción en Brasil estaba totalmente alterada por la pandemia de Covid-19.

De esta manera, la fuerte tendencia ascendente de los volúmenes de importación, que comenzó en 2018, parece estar dejando lugar a una nueva etapa de estabilidad o, incluso de baja. Los precios de la hacienda en Brasil ya no son tanto más altos que los del resto de la región como lo que eran en 2019, lo que reduce el incentivo de ingresar el producto por la frontera. Por un lado, bajó el precio de la hacienda para faena en Uruguay y, por otro, aumentó en Brasil y en Paraguay.

Jorge López, director de Abasto Santa Clara —principal empresa importadora— comentó a Negocios Rurales que el descenso del volumen importado en setiembre obedeció a retrasos en los embarques de las plantas brasileñas.

El valor medio de importación de las 620 toneladas de cortes del delantero enfriado fue de US$/t 3.535

Algunas plantas estuvieron cerradas por nuevos casos de Covid-19, en tanto que la oferta de hacienda es reducida, lo que impidió que otras cumplan con sus planes de producción.

Para López el volumen de importación volverá a ser bajo en octubre. Los importadores están recibiendo las cargas demoradas, en tanto no aceptaron la suba de precios propuesta un par de

semanas atrás por los frigoríficos brasileños. Luego, con la caída del real frente al dólar, los exportadores corrigieron nuevamente a la baja los precios de venta, por lo que comenzaron a hacerse negocios nuevamente.

El valor medio de importación de las 620 toneladas de cortes del delantero enfriado fue de US$/t 3.535, en tanto que las 1.442 tons de cortes del trasero ingresaron a un valor CIF de US$/t 4.040. Para López, en el mercado interno hay algunos cortes del trasero que se arrimaron a los precios de importación; por el momento no sucede lo mismo con los cortes del delantero. "Por ejemplo, en el Chuck & Blade, sigue habiendo diferencias", explicó el empresario.

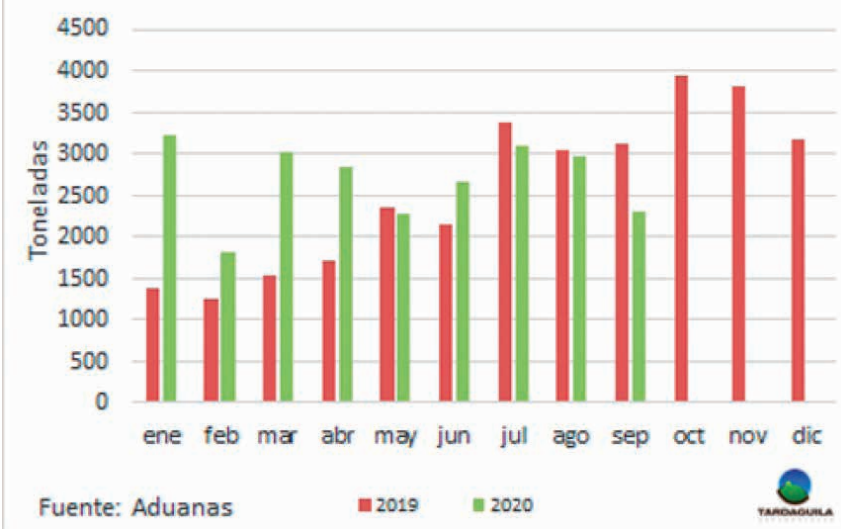
Algunas plantas estuvieron cerradas por nuevos casos de Covid-19, en tanto que la oferta de hacienda es reducida

En setiembre Brasil fue el origen del 79% de la carne fresca importada, seguido por Paraguay (20%) y Argentina (1%).

Las principales empresas importadoras fueron Santa Clara (679 tons), Abasto Saturno (374 t) y Maufe (196 t).

En el acumulado de los primeros nueve meses del año Uruguay importó 24.235 toneladas de carne vacuna fresca, un aumento anual de 21% respecto al mismo período de 2019. **/NR**

Importaciones de carne vacuna



Argentina redujo retención para soja

Las autoridades del vecino país atendieron un reclamo de la Mesa de Enlace que comenzó a regir este mes

El Gobierno argentino aplicó una reducción a las retenciones de soja que irá aumentando gradualmente mes a mes.

El Ministro de Economía de Argentina, Martín Guzmán anunció, entre otras medidas económicas, una modificación en el esquema de derechos de exportación sobre el complejo sojero. Se reducirán las alícuotas de granos de soja del 33 al 30% en octubre, 31,5% en noviembre y 32% en diciembre, volviendo al 33% para el mes de enero en adelante; mientras que los subproductos tendrán una alícuota del 28% en octubre, subiendo al 29,5% en noviembre, 30% en diciembre y 31% de enero en adelante. Para el aceite de soja fraccionado, la alícuota queda un punto porcentual por debajo del aceite en bruto en tanto que al biodiesel, en principio, le corresponde una alícuota del 26% en octubre, que convergirá al 29% en el 2021.

Con la reposición de un diferencial entre el arancel que afecta a la exportación de poroto y a los subproductos, la industria vuelve a tener una mayor capacidad de pago teórica en el mercado interno que la exportación del poroto, relación que fue negativa durante gran parte de la campaña. La capacidad teórica de pago se incrementa en un 8,4% para la industria exportadora con esta modificación de aranceles para las ventas que se declaren y embarquen en el mes de octubre, con la capacidad de compra de la exportación de la materia prima grano creciendo en un 4,7%; asumiendo todo lo demás constante.

En ambos casos, el resultado de las nuevas medidas implica una mejora en la capacidad de pago del sector exportador en el mercado interno. Esto repercute en una mejora en el precio en el mercado interno, que comenzó a sentirse incluso antes de la oficialización de la medida. El día del anuncio, la posición más cercana en el Mercado Matba-Rofex cerró con una variación positiva de US$ 11/t (+3,74%), mientras los futuros en Chicago ajustaron prácticamente sin cambios, anticipándose a las nuevas disposiciones.

En cuanto a los negocios de la nueva campaña, el efecto sobre la capacidad de compra se atenúa, producto del escalonamiento ascendente anunciado en los DEX. Para los embarques en mayo del año próximo, el FAS teórico de la industria se ve incrementado en un 3,4%, sin cambios en la capacidad de compra de la exportación de poroto. **/NR**

12-O: productores de Argentina se sumaron al masivo banderazo en contra del Gobierno

La movilización en contra de las políticas del oficialismo se sintió en distintas localidades productivas del interior de Argentina.
El banderazo opositor se siente en varios puntos del país en reclamo de las políticas que aplica el Gobierno, sobre todo las relacionadas a la pandemia y la Justicia.
“Mientras miles de comercios, empresas y fábricas cierran, la educación se cae a pedazos, hay una agenda de impunidad y avasallamiento a la democracia por parte del gobierno”, destacó en su cuenta de Twitter la líder del partido opositor (Juntos por el Cambio), Patricia Bullrich.
La movilización se sintió en varios puntos del país y se sumaron movimientos de productores autoconvocados en múltiples localidades del interior.

CLAY
FRIGORIFICO
CLAY S.A.
EST. OFICIAL Nº 303 URUGUAY

MOVIENDO
SU NEGOCIO
EMPRESA DE
TRANSPORTES
DE HACIENDAS
TRANSPORTES
dicaro
CONTACTO:
Tel.: 4554 7690
Cel.: 099 68 77 27
Dicaro Transportes
@dicarotrans

NEGOCIOS EN EL CAMPO - REMATES POR PANTALLA
FERIAS GANADERAS - COMPRA-VENTA DE CAMPOS
ADMINISTRACIÓN DE CAMPOS - EMBARQUES A FRIGORIFICO
COMO HACE MÁS DE 4 DECADAS
GENTE EN QUIEN CONFIAR
Luis
Bengochea
NEGOCIOS RURALES
A. Saravia 524 - Melo - Cerro Largo
Tels.: 464 23143 - 464 22687 - Fax: 464 25329
bengosrl@adinet.com.uy
www.escritoriobengochea.com
Integrante de:
plazarural

Indarte
NEGOCIOS RURALES
En equipo creciendo sobre
bases sólidas
www.indarte.com.uy
INTEGRANTE DE:
plazarural
Lideres en remates virtuales

Todo lo que necesita saber
sobre el agro
está aquí.
EL PAIS
rurales.elpais.com.uy
ruraleselpaisuy
@ruraleselpaisuy

ALFONSO
IRAOLA LTDA.
NUESTRA TRAYECTORIA
ASEGURA SU CONFIANZA
TRANSPORTE DE HACIENDA Y REFRIGERADOS
CARDONA · SORIANO
(4536) 9929 / 9949
alfonso@iraolaltda.com.uy

Agricultura, ganadería y tecnología en ADP Zone

Realizada por primera vez vía streaming, la sexta edición fue seguida por más de 250 asistentes virtuales

La actualidad de la industria cárnica a nivel global y las últimas innovaciones destinadas a potenciar el rendimiento agrícola, fueron los temas abordados por referentes del sector agropecuario en la sexta edición de ADP Zone, organizada por ADP – Agronegocios del Plata.

El ingeniero agrónomo Marcos Guigou, fundador y director ejecutivo de ADP, dio la bienvenida a los más de 250 asistentes que participaron de la iniciativa realizada vía streaming.

En su introducción, Guigou desarrolló el concepto que denominó las dos "P", para explicar la actitud que aconseja adoptar frente a las adversidades como la pandemia del coronavirus (COVID-19), que afectó a todos los rubros de actividad.

"La primera ´P´ consiste en proteger el corazón del negocio, siendo más efectivo y eficiente, porque más que nada hay que pensar que estamos en una etapa en la que cada cosa que hacemos, la tenemos que hacer un poco mejor" y agregó que este punto implica "bajar el nivel de incertidumbre, algo difícil, pero si se trabaja, hay muchas cosas que se pueden hacer y por supuesto, tener siempre la iniciativa", señaló.

En cambio, explicó que la segunda "P" hace referencia a la idea de "pivotear", lo que significa que "proteger el corazón del negocio no debe impedir ser ágil para innovar".

Asimismo, enfatizó que la interacción entre especialistas de cada uno de los sectores permite que los resultados sean muy superiores a que si se trabajara solo. "El equipo en la cadena es fundamental, para generar más y mejores soluciones para el sector", aseguró.

Por su parte, el ingeniero agrónomo Daniel Novoa, gerente de Investigación y Desarrollo de STINE, analizó los últimos avances de la genética aplicada, en particular de la tecnología genómica y fenómica. Además, detalló los beneficios de los productos STINE 120 y 129 BTRG, así como del STINE 9808 E-20, los híbridos que la compañía tiene presente a nivel local a través de ADP y adelantó las próximas introducciones de híbridos de maíz en el país.

Novoa explicó que STINE, una firma de 41 años de trayectoria, especializada en mejoramiento a nivel mundial, comenzó con un programa de soja en Estados Unidos y que luego se convirtió en la más importante en la materia a nivel global. Agregó que si bien hace poco tiempo que desembarcó en Sudamérica, "ha demostrado tanto en Uruguay como en la región, su liderazgo en genética de soja, junto a su enfoque revolucionario para el maíz de alto rendimiento".

La interacción entre especialistas de cada sector permite que los resultados sean muy superiores a que si se trabajara solo

En tanto, el ingeniero en producción agropecuaria, Miguel de Achaval, responsable del Programa de Engorde a Corral de SWIFT Argentina, inició el bloque ganadero disertando sobre la situación actual del mercado cárnico global; realzando la importancia para la industria de comprender al consumidor actual y de mejorar la producción, tanto para exportarla, como para el consumo local.

Durante su exposición, el experto sostuvo que la "integración del consumo

de carnes debe ser clave" junto a la "complementariedad con otros productos" y señaló que, ante el contexto actual, también "es clave bajar incertidumbres y riesgos de falta de uniformización en la cadena de producción".

Por otro lado, el ingeniero agrónomo Rafael Tardáguila, director General de Tardáguila Agromercados, disertó acerca de las diversas opciones que posee el Uruguay para la industria de la carne, afirmando que es imprescindible, a la hora de seleccionar los mercados adecuados para vender este producto, compararse con los países de Oceanía, especialmente con Australia, que presenta condiciones similares a la hora de comerciar dicha materia prima.

"Uruguay exporta dos tercios de la carne que produce y en los últimos años la cifra creció al 78%. Por este motivo, para el país hacer las cosas bien en el mercado internacional, desde el punto de vista de qué es lo que tu cliente pretende o te exige, no es una opción, es una necesidad y obligación", aseguró y culminó afirmando que "contar con políticas públicas que mejoren al acceso a los mercados, sin dudas es importantísimo para potenciar la competitividad en el mercado internacional". **/NR**

Los aprendizajes que deja la pandemia

Para finalizar la jornada, el ingeniero, profesor, empresario y CEO de GeneXus, Nicolás Jodal, brindó su visión positiva y alentadora de cara al futuro post COVID-19, en una charla en la que invitó a aprovechar las ventajas del manejo que realizó Uruguay de la pandemia.

Jodal dijo que "lo que cambiará en el mundo post COVID será la aceleración de las tendencias que se venían" y destacó la relevancia del software en la actividad agropecuaria, en particular de los sensores, que ofrecen la posibilidad de "recolectar más información, permitiendo así trabajar con mayor precisión".

Por otro lado, el ingeniero cerró la actividad asegurando que el aprendizaje que deja la pandemia es que pasó a ser secundaria "la gran precisión en el pronóstico de los problemas", posicionándose en primer lugar, "la gran agilidad en la toma de decisiones, una vez que se producen las cosas inesperadas. De aquí en más, esto es lo que será absolutamente necesario", sentenció.

Asimismo, a lo largo del evento que contó con más de 4 horas de transmisión, los participantes tuvieron la posibilidad de recorrer los stands de las 32 firmas del área virtual, que mostraron de forma interactiva, sus más recientes productos y propuestas.

El mundo exige certificar los procesos

En el marco de Wool Connect especialistas explicaron la demanda crecientemente sofisticada de los consumidores de lanas

El Manager de Inditex Sustainable Wool, Germán García Ibánez, que trabaja con la empresa Zara, dijo que el compromiso es incrementar el uso de lanas certificadas, por lo que demandó la necesidad de incrementar el número de productores con la certificación R-W-S.

Se realizó en los primeros días de octubre la conferencia "Wool Connect" organizada por Schenider Group en Australia y que fue transmitida por la plataforma Zoom, dando a conocer la visión del mercado lanero desde los diferentes sectores de la cadena, comenzando por los minoristas y extendiéndose luego por instituciones y productores de aquellos lares.

La conferencia fue auspiciada por el Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL) y dejó varios mensajes que fueron planteados desde los distintos eslabones de la cadena. El primero y quizás el más auspicioso fue el realizado por los representantes de las empresas minoristas, que comprometieron el incremento de la utilización de las fibras naturales, principalmente la lana, en sus colecciones de moda, en respuesta a una demanda del consumidor final, principalmente el europeo.

Este incremento en la utilización de la fibra también está definido hacia un mercado que demanda prendas más amigables con el ambiente, sustentables y que respeten el bienestar de los animales. Por lo tanto, es un nicho de mercado que está dispuesto a pagar más por este tipo de lanas, pero exige certezas que lo que se dice es lo que en la realidad ocurre.

Heinz Zeller, principal del departamento de sustentabilidad de la empresa Hugo Boss, dijo que la lana debe trabajar en disminuir el impacto de la huella de carbono en la producción, así como también avanzar en la certificación de los procesos y la no utilización de la técnica de mulesing (práctica que no se desarrolla en Uruguay). Este tema estuvo presente en las diferentes presentaciones de los representantes de las tiendas.

La lana debe trabajar en disminuir el impacto de la huella de carbono en la producción y avanzar en la certificación de los procesos

Ichiro Kitao, de la firma Muji de China, destacó que la empresa ha incrementado sus compras de lana en Australia durante la última temporada y que prevé seguir aumentando su adquisición de la fibra. Aunque también advirtió la fibra utilizada es 100% sin mulesing, por lo que demandó continuar en la senda de disminuir la utilización de esta técnica. Cuando fue consultado sobre si compraría lanas de predios que están en proceso de abandonar la técni-

94 predios uruguayos tienen certificación RWS

De acuerdo a la información brindada en el marco de las presentaciones, al año 2019, Uruguay con el 13%, es el tercer país con mayor número de predios certificados con R-W-S.

Al cierre del año pasado existían 745 predios con dicha certificación, con el mayor número ubicado en Sudáfrica donde suman 469. Argentina es el segundo país en dicha lista con 109 predios y Uruguay le sigue con 94. Luego vienen Australia con 69, Nueva Zelanda con 3 y Estados Unidos con 1. Números que están cambiando algo más lento que en años anteriores, debido a la situación de la pandemia.

Hanna Denes, directora senior de Estándares en Textile Exchange, responsable por R-W-S, recordó que la certificación fue lanzada en 2016, cuando se publicó el standard a seguir. Al cierre del segundo trimestre de 2020 las cifras iban creciendo, llegando ya a 850 predios en el mundo.

En su presentación marcó también el avance que ha tenido la utilización de este certificado en la moda, destacando que hace dos años en la feria de la moda en Milán, se presentaron los primeros productos en base a lana certificada y en la actualidad ya existen 209 artículos con lana certificada en dicha muestra.

ca pero que aún no tienen certificado el proceso, preguntó porque lo haría si el mercado tiene lanas de buena calidad y certificadas.

Debora Tricarico y Katrina Ole-Mioyoi, del grupo de moda Kering, presentaron un plan de trabajo donde se remarca al sustentabilidad de los productos y el impacto en el medioambiente de la producción de las materias primas. En este caso se remarcó la necesidad de cumplir con los diferentes protocolos de certificación, tanto a nivel de la producción como de los procesos industriales.

El Manager de Inditex Sustainable Wool, Germán García Ibánez, que trabaja con la empresa Zara, dijo que el compromiso es incrementar el uso de lanas certificadas, por lo que demandó la necesidad de incrementar el número de productores con la certificación R-W-S. Al mismo tiempo dijo que espera conocer nuevas certificaciones que respeten el protocolo de sustentabilidad para poder cumplir con los objetivos de utilizar el 50% de lana sustentable certificada en sus productos. **/NR**

"Las ovejas se están criando en ecosistemas muy delicados"

Entre las presentaciones que se realizaron en la segunda jornada de la conferencia Wool Connect, Ralf Kunert director general de Naturamus —empresa dedicada a la producción de cosméticos en base a "lanolina orgánica"— habló de la delicada situación en la que se encuentra la producción ovina. Para el empresario la lanolina puede comportarse como un "sismógrafo" que permite analizar la situación en la que se encuentra cada predio dentro de "este terremoto" de lo orgánico, sustentable y amigable con el bienestar animal.

Explicó que la lanolina permite medir la incidencia de los pesticidas en el medioambiente. Si bien dijo que la empresa trabaja con un límite que es de 0,01 para la presencia de los mismos en la lanolina, actualmente se tienen mediciones siete veces por encima de ese límite, por lo que sostuvo que "las ovejas se están criando en ecosistemas muy delicados". Ante esta situación sugirió trabajar fuertemente en la disminución de pesticidas y la certificación de los procesos productivos.

Kunert dijo que existe un nicho de mercado, cada vez más grande, dispuesto a pagar precios Premium por cosméticos que tengan una "trazabilidad total". En su empresa en particular, pequeña frente a otras industrias dentro del sector, se ha logrado generar una trazabilidad dentro de la cadena, tanto a nivel de la industria como de los productores, los cuales deben tener una certificación orgánica y que eso ha diferenciado sus productos en el mercado, no solamente en calidad sino también en el precio.

CALENDARIO 2020

plazarural

Enero

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Febrero

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Marzo

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Abril

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Mayo

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Junio

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Julio

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Agosto

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Setiembre

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Octubre

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Noviembre

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

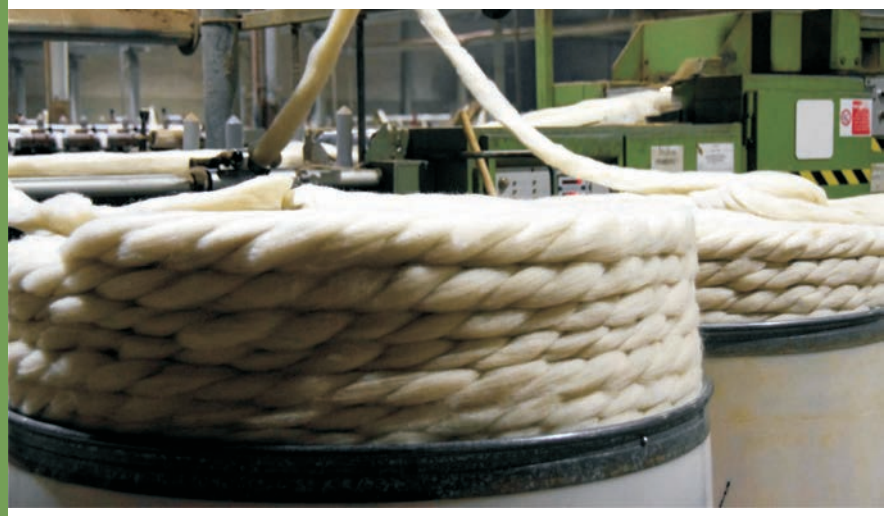
Diciembre

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Dirección:Juan M. Ferrari 1251 PB / Telefono: (+598) 2604 1258 / www.plazarural.com.uy

Precio de fibras naturales en baja en 2020/21

El valor medio de la lana alcanzará el nivel más bajo en 12 años y el del algodón desde 2001/02



Luego de las estrepitosas caídas de los primeros meses de la zafra 2020/21, los precios internacionales de la lana parecen haber hecho piso y comenzaron una recuperación. Tras haberse acercado a los US$ 7 por kilo base limpia, el Indicador de Mercado del Este alcanzó nuevamente los US$ 8 a mediados de octubre. En el mercado interno, por el momento, no hay operaciones dado que no hay ventas al exterior. En general se considera que, si la situación de la pandemia evoluciona de buena forma, sobre fin de año o principios del próximo podrá comenzar a haber una corriente de negocios con cierta fluidez.

Las medidas de control al Covid-19 redujeron la demanda por vestimenta e impactaron en toda la cadena de suministro, elevando los stocks de textiles y fibras sin procesar. Como resultado, los precios de la lana se proyectan en el nivel más bajo en 12 años (en términos reales) y los del algodón estarían cayendo, también en términos reales, a niveles no observados desde la temporada 2001/02, informó la Abares, oficina australiana que se encarga de realizar proyecciones de mercado sobre las principales materias primas producidas y exportadas por Australia.

El precio mundial del algodón se pronostica que promediará US$ 67 centavos por libra en 2020/21, una baja anual de 6%. Las interrupciones en la industria procesadora de la fibra y la menor demanda minorista se supone que elevarán los stocks del algodón sin procesar en los principales países exportadores e importadores.

El Indicador de Mercado del Este (IME) de la lana en Australia se pronostica que promedie A$ 1.040 por kilo limpio en 2020/21

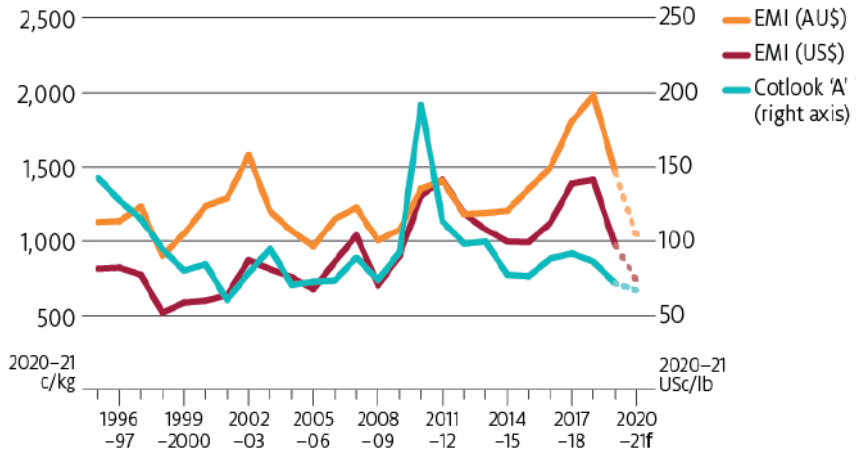
A su vez, el Indicador de Mercado del

Estabilidad en volumen de producción de lana australiana

La producción australiana de lana se pronostica con escasos cambios en 2020/21, con un volumen esquilado de 280 mil toneladas, luego de caer 5,5% en 2019/20. La cantidad de ovinos a ser esquilados en esta temporada volverá a caer a unos 65 millones, pero eso será compensado por un aumento de 2,9% en el peso de vellón debido a las mejores condiciones estacionales.

La majada australiana no ha dejado de contraerse en estos últimos años, impactada por severas condiciones climáticas y, últimamente, por las mejores condiciones de mercado de la carne ovina respecto a la lana. En 2017/18 se esquilaron 79,8 millones, número que cayó a 68,4 millones en 20129/20.

Este (IME) de la lana en Australia se pronostica que promedie A$ 1.040 por kilo limpio en 2020/21, con un drástico descenso de 28% respecto a 2019/20. La baja del precio de la lana estará determinada por la menor demanda a nivel de la industria manufacturera debido a la contracción de la demanda por vestimenta confeccionada con lana y por la sustitución por fibras menos costosas. **/NR**



Tras alcanzar niveles de precios históricamente altos tan solo dos años atrás, los precios de la lana se derrumbaron, primero por la guerra comercial entre Estados Unidos y China y luego por el impacto de la pandemia de coronavirus sobre la demanda por textiles. Esto último también impactó sobre el mercado del algodón.

Av. Rondeau 1908 Esc. 16, 17 y 18 / Tel. 2929 1028 / LOTE21.com.uy

El desafío de ser sostenibles en la forestación

El concepto de sostenibilidad y la implicancia de conservar y producir en el mismo espacio son desafíos que enfrenta el sector forestal

Las Áreas de Alto Valor de Conservación son un foco importante en Montes del Plata.

El Ing. Agr. Horacio Giordano, protagonista del tercer podcast de "Bien Plantados", es el coordinador de Medio Ambiente de Montes del Plata y en una conversación con Negocios Rurales, comentó sobre las tareas que se desarrollan en la empresa de cara a la conservación y preservación de Áreas de Alto Valor de Conservación.

"Las Áreas de Alto Valor de Conservación (AAVC) que tenemos dentro de la empresa son aquellas que tienen una singularidad, una particularidad ambiental y por su presencia de flora y fauna nativas. Por ejemplo, tenemos un bañado muy importante, que monitoreamos desde el año 1996, uno de los seguimientos más amplios y antiguos que tiene el país. Allí hemos encontrado más de 250 especies de aves, un número muy alto si se tiene en cuenta que Uruguay tiene aproximadamente 400 especies de aves continentales (las que viven dentro del territorio)", explicó Horacio Giordano.

"También tenemos palmares. Parecen algo simple pero esos palmares de 10 a 12 metros de altura tienen 200 años de antigüedad; o sea que Uruguay recién estaba arrancando su independencia y los palmares ya empezaban a crecer; hoy los estamos disfrutando y es importante conservarlos", destacó.

El experto relata cómo se desarrolla su trabajo. "Una vez definidas las áreas en los planos, en el escritorio, vamos al campo y allí verificamos las áreas de conservación. En algunos casos hay que hacer correcciones; por ejemplo: si aparecen especies singulares, como tunas en un pedregal, se deja sin plantar una zona alrededor para que la sombra de los árboles no afecte a esos pedregales y las especies que tienen", explica.

"Asimismo, tenemos las áreas de pictografías, parecidas a las de Chamangá, pero en Maestre Campo, en Durazno. Esas áreas también están protegidas porque se incorpora un concepto de paisaje protegido, que pasa por proteger las piedras y todo el paisaje que está alrededor", agrega. "En la zona de Tres Árboles tenemos una especie protegida de lagartija, que fue descubierta por el biólogo uruguayo Raúl Vaz Ferreira en 1959, llamada Homonota uruguayensis". Son ejemplos concretos de biodiversidad y su conservación.

"Uruguay recién estaba arrancando su independencia y los palmares ya empezaban a crecer"

Para Giordano, el objetivo es combinar producción y conservación. "Esto no es un parque nacional, pero tampoco implica plantar por cualquier lado: hay zonas importantes para la conservación, lugares casi únicos que tenemos que proteger. Y por otro lado tenemos las zonas para producir y es buena la combinación: poder producir y conservar en el mismo espacio; es el concepto de sostenibilidad ambiental del que tanto hablamos y que muchas veces utilizamos mal", remarca Giordano. **/NR**

La combinación de sistemas y los objetivos

Montes del Plata maneja unas 260 mil hectáreas, el 35% son áreas naturales (unas 90 mil hectáreas) no forestadas. "No todas ellas son de Alto Valor de Conservación, aclara el experto. En dichas áreas también tenemos semilleros de pasturas naturales, porque entendemos que las pasturas naturales son ecosistemas y ecotipos singulares, que se han desarrollado en diferentes tipos de suelo y eso también lo estamos conservando; es importante mantener ese patrimonio genético que también es parte de nuestra vivencia".

Bañados, palmares, pedregales, pasturas naturales, etc.; en los campos de Montes del Plata hay un amplio abanico de ecosistemas y paisajes. Y también tratan de constituir y ampliar los denominados Corredores Biológicos. "Son espacios por donde la flora y la fauna se pueden dispersar y pasar de un ecosistema al otro. Por esos corredores y lugares se desplaza la fauna, y están conectados con otros corredores secundarios que son los ríos y los arroyos. El 98% de nuestras Áreas de Alto Valor de Conservación están dentro de los corredores biológicos, lo que permite mantener una 'plasticidad genética' que es importantísima para enfrentar el cambio climático", afirma Giordano.

PARTE DE FAENAS

Semana del 01/09/2020 al 30/09/2020

		BOVINOS						OVINOS					
	ESTABLEC.	**Novill.**	**Vacas**	**Vaq.**	**Tern.**	**Toros**	**TOTAL**	**Cord.**	**Borre.**	**Capón**	**Ovejas**	**Carn.**	**TOTAL**
1	ESTAB.COLONIA	9.305	5.102	1.415	3	239	16.064						0
2	LAS PIEDRAS S.A.	11.639	2.082	2.013	7	22	15.763	27.683	858	3.335	5.644	20	37.540
3	INALER S.A.	4.883	6.035	1.147	7	102	12.174						0
4	CLEDINOR S.A.	5.170	5.614	1.042	29	136	11.991						0
5	CARRASCO	4.151	5.972	888	10	134	11.155						0
6	ONTILCOR S.A.	5.836	3.055	1.617	1	140	10.649						0
7	BREEDERS P.U.	5.320	3.680	1.169	1	86	10.256						0
8	BILACOR S.A.	3.082	4.480	1.490	1	114	9.167						0
9	LAS MORAS	3.929	3.529	1.271	1	51	8.781						0
10	FRIG. PUL (PULSA)	3.290	4.930	409		95	8.724						0
11	COPAYAN S.A.	1.427	3.370	712	2	38	5.549						0
12	SIRSIL S.A.	1.581	3.274	480		21	5.356						0
13	LORSINAL S.A.	903	2.570	409		60	3.942						0
14	CASA BLANCA	797	2.019	959	13	28	3.816	2.003	495	6.591	1.930	13	11.032
15	SAN JACINTO	1.275	1.805	657	1	54	3.792	27.631	2.398	3.612	2.513	107	36.261
16	SOLIS	1.781	744	973	109	13	3.620						0
17	TACUAREMBÓ S.A.	1.427	246	329		7	2.009						0
18	ARROYAL S.A.	121	240	763	273	42	1.439	60	20	21	1		102
19	OFERAN S.A.	460	396	342		1	1.199						0
20	SIMPLIFY S.A.	45	314	567	1		927						0
21	LOS OLIVOS	316	49	454	21	3	843						0
22	SOMICAR S.A.	257	291	157		11	716	7.512	218	5.313	3.681	17	16.741
23	FRIGOCERRO S.A.	14	528	34	4	127	707	2.750		2.559	718	18	6.045
24	MIRIAM CRAVEA	250	20	100	302		672						0
25	CUAREIM	229	349	10		59	647	1.451	102		165		1.718
26	MUN. ARTIGAS	10	440	57	5	7	519	168	336	488	66		1.058
27	SCHNECK	8	340	11	1	34	394						0
28	MERCEDES	113		165			278						0
29	LUCHASOL	25	62	70	3	1	161			210			210
30	LINERIM S.A.	1	7	123		4	135						0
31	SIDERCOL	1	11	1		5	18	427	1.230	1259	104	20	3.040
33	ARDISTAR						0						0
34	ROSARIO						0						0
35	CLADEMAR S.A.						0						0
36	CANELONES						0						0
37	LA TABLADA						0						0
38	FRIG.MARTINEZ						0						0
39	BORDENAVE A.						0						0
40	MUN.LAVALLEJA						0						0
41	MARTINEZ, ADAN						0						0
42	MUN.SALTO						0						0
43	CALTES S.A.						0						0
TOTAL GENERAL		67.646	61.554	19.834	795	1.634	**151.463**	69.685	5.657	23.388	14.822	195	**113.747**

FUENTE: Datos proporcionados por INAC

FUENTE: Datos proporcionados por INAC

MERCADO DE HACIENDAS -

		Contado	Plazo	Contado	Plazo
NOVILLOS GORDOS Razas carne	Liviano Especial	1,79	1,81	3,31	3,35
	Liviano Bueno de Pradera	1,77	1,79	3,25	3,29
	Exportacion Especial	1,88	1,90	3,33	3,37
	Exportacion Bueno de Pradera	1,81	1,83	3,28	3,32
	Exportacion General			3,24	3,28
NOVILLOS GORDOS Otras Razas	Especiales			3,18	3,22
	Generales			3,12	3,16
VACAS GORDAS Razas carne	Especiales	1,60	1,62	3,12	3,16
	Buenas	1,54	1,56	3,07	3,11
	Generales	1,47	1,49	3,01	3,05
VACAS GORDAS Otras razas	Especiales	1,35	1,37	2,95	2,99
	Generales	1,26	1,28	2,82	2,86
VAQILLONAS GORDAS	Especiales	1,79	1,81	3,26	3,30
	Buenas	1,75	1,77	3,23	3,27
INDUSTRIA	Toros gordos	1,46	1,48	2,54	2,58
	Toros y Novillos generales	1,34	1,36	2,38	2,42
	Vacas Manufactura Alta	1,18	1,20	2,20	2,24
	Vacas Manufactura Baja	1,06	1,08	2,09	2,13
	Conserva	0,79	0,81	1,89	1,93
OVINOS GORDOS	Corderos			3,37	3,41
	Cordero pesado			3,43	3,47
	Borregos			3,42	3,46
	Capones			3,03	3,07
	Ovejas			2,97	3,01

ÍNDICE FLACO/ GORDO A.C.G

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ENERO	1,2659	1,2382	1,2168	1,1655	1,1661	1,2943	1,3450	1,2873	1,1512	1,2127
FEBRERO	1,3039	1,2556	1,2716	1,2094	1,1911	1,3756	1,3136	1,2612	1,1826	1,2429
MARZO	1,2945	1,3018	1,3009	1,2597	1,2247	1,4182	1,3424	1,2872	1,2267	1,3279
ABRIL	1,2379	1,3290	1,2457	1,2456	1,2123	1,4087	1,3789	1,2416	1,2163	1,3018
MAYO	1,2123	1,2997	1,2363	1,1996	1,1685	1,3524	1,3185	1,1756	1,1921	1,2563
JUNIO	1,2014	1,3055	1,1994	1,152	1,1337	1,2953	1,2839	1,1651	1,1589	1,2391
JULIO	1,1600	1,3308	1,1994	1,1162	1,0741	1,2327	1,2168	1,1506	1,1100	1,1889
AGOSTO	1,2615	1,3457	1,2234	1,1016	1,0838	1,2276	1,2502	1,1155	1,1441	1,1857
SETIEMBRE	1,2898	1,3651	1,2063	1,0874	1,1883	1,3096	1,2901	1,1205	1,1620	1,1742
OCTUBRE	1,2681	1,3009	1,1737	1,0943	1,1634	1,3354	1,2571	1,1215	1,1467	
NOVIEMBRE	1,2393	1,2290	1,1668	1,1019	1,2103	1,3438	1,2931	1,1691	1,1436	
DICIEMBRE	1,2601	1,1861	1,1686	1,1306	1,2551	1,3605	1,3291	1,209	1,1663	

PROMEDIOS PESADOS PARA FAENA

- Promedios mensuales en dólares, kilo en pie a levantar del establecimiento, flete a cargo del comprador, negocio al contado.
- Los precios en pie a plazo son U$S 0.02 más que a contado

VACA GORDA ESPECIAL

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.49	1,44	1,34	1,28	1,38	1,55	1,76
1.54	1,41	1,29	1,31	1,46	1,6	1,65
1.38	1,33	1,28	1,27	1,43	1,65	1,52
1.36	1,28	1,21	1,25	1,49	1,65	1,46
1.41	1,35	1,24	1,32	1,59	1,72	1,47
1.44	1,47	1,27	1,38	1,62	1,84	1,49
1.57	1,63	1,49	1,.48	1,65	1,91	1,57
1.65	1,64	1,38	1,48	1,64	1,9	1,59
1.71	1,56	1,5	1,44	1,58	1,95	1,6
1.67	1,58	1,34	1,49	1,61	2,06	
1.61	1,44	1,33	1,32	1,53	2,15	
1.53	1,36	1,21	1,33	1,48	1,93	
US$ 1.53	USD 1,46	USD 1,32	USD 1,36	USD 1,54	USD 1,83	

NOVILLO GORDO BUENO

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ENERO	1.69	1,73	1,61	1,48	1,61	1,75	1,99
FEBRERO	1.75	1,69	1,52	1,5	1,64	1,76	1,87
MARZO	1.66	1,63	1,48	1,47	1,64	1,8	1,75
ABRIL	1.63	1,58	1,46	1,45	1,68	1,79	1,67
MAYO	1.66	1,63	1,48	1,53	1,8	1,84	1,68
JUNIO	1.71	1,71	1,5	1,58	1,83	1,95	1,68
JULIO	1.82	1,87	1,54	1,66	1,85	2,04	1,77
AGOSTO	1.90	1,92	1,66	1,63	1,84	2,05	1,81
SETIEMBRE	1.95	1,78	1,59	1,61	1,74	2,09	1,79
OCTUBRE	1.90	1,77	1,58	1,66	1,74	2,22	
NOVIEMBRE	1.83	1,72	1,53	1,59	1,68	2,25	
DICIEMBRE	1.77	1,66	1,46	1,53	1,67	2,11	
PROMEDIO ANUAL	US$ 1.77	US$ 1,72	US$ 1,53	USD 1,56	USD 1,73	USD 1,97	

MERCADO DE REPOSICIÓN

- PRECIOS PROMEDIO PARA RAZAS CARNICERAS Y SUS CRUZAS

A levantar del estabelciemientocon pagos hasta 30 días destare promedio del 5% al 7% según condiciones de carga estipuladas

CATEGORÍA			1 a 5	6 a 12	13 a 19	20 a 26	27 a 30
TERNEROS	hasta 140 k.	U$S/kilo	2.20-2.40	2.20-2.40	2.20-3.00	2.15-2.40	2.10-2.50
TERNEROS	141 a 180 k	U$S/kilo	2.15-2.35	2.15-2.30	2.05-2.25	2.05-2.20	1.95-2.20
TERNEROS	Más 180 k.	U$S/kilo	2.00-2.20	1.85-2.22	1.80-2.21	1.80-2.20	1.95-2.21
TERNEROS ENTEROS	Más 160 k.	U$S/kilo	2.05-2.15	2.00-2.10	2.00-2.10	2.00-2.10	2.00-2.15
NOVILLITOS	201 a 240 k.	U$S/kilo	1.95-2.10	1.90-2.15	1.80-2.00	1.90-1.96	1.87-2.00
NOVILLOS	241 a 300 k.	U$S/kilo	1.75-1.90	1.75-2.10	1.80-1.85	1.73-1.90	1.78-1.95
NOVILLOS	301 a 360 k.	U$S/kilo	1.75-1.90	1.70-1.85	1.68-1.75	1.67-1.80	1.70-1.80
NOVILLOS	Más 360 K.	U$S/kilo	1.70-1.82	1.65-1.87	1.61-1.85	1.60-1.80	1.70-1.80
NOVILLOS	HQB 481 K	U$S/kilo	1.80-1.90	1.85-1.90	1.84-1.95	1.82-1.95	1.85-1.92
TERNERAS	hasta 140 k.	U$S/kilo	2.00-2.20	2.00-2.15	2.07-2.30	2.05-2.25	2.10-2.30
TERNERAS	141 a 200 k.	U$S/kilo	1.95-2.20	1.95-2.20	1.90-2.10	1.94-2.10	1.90-2.30
VAQUILLONAS	201 a 240 k.	U$S/kilo	1.80-2.20	1.80-2.00	1.80-1.90	1.64-1.90	1.70-1.95
VAQUILLONAS	Más 240 K.	U$S/pieza	1.68-1.85	1.70-1.85	1.62-1.84	1.60-2.00	1.60-1.82
VAQUILLONAS	HQB 481 K	U$S/kilo			1.74-1.82	1.70-1.82	1.73-1.80
VAQUILLONAS Y VACAS PREÑADAS		U$S/pieza	600-780	640-780	620-750	630-770	600-700
VACAS DE INVERNADA		U$S/kilo	1.35-1.50	1.35-1.52	1.40-1.50	1.40-1.50	1.40-1.50
PIEZAS DE CRÍA		U$S/pieza	330-380	330-450	330-380	330-370	320-385

ARANCELES :

Resolución de Asamblea General Extraordinaria del 6 de Febrero 1991

HACIENDAS CON DESTINO A FAENA	COMPRADOR	VENDEDOR
Bovinos gordos	1%	2.50%
Bovinos de manufactura y conserva	1%	2.50%
Ovinos	1%	2.50%
Suinos	1%	3.50%
Yeguarizos	5%	5.50%
VENTAS PARTICULARES Y/O EXPORTACIÓN	**COMPRADOR**	**VENDEDOR**
Bovinos y ovinos generales	3%	3%
Ganado lechero, yeguarizos y reproductores en general	5%	5%
OTRAS COMISIONES HABITUALMENTE EN ESCRITORIOS RURALES		
Tasaciones de campos		1%
Tasaciones de ganados en el campo		1%
Contratos de arrendamientos (*)		3%
Contratos de pastoreo o capitalización		2%
Compra venta de campos		3%

(*) SE COBRA SOBRE EL TOTAL DEL CONTRATO Y A CADA PARTE

DÓLAR

INTERBANCARIO

DÍA	COMPRA/VENTA
1	42,502
2	42,673
3	42,593
4	42,444
7	42,450
8	42,558
9	42,520
10	42,524
11	42,492
14	42,488
15	42,442
16	42,434
17	42,450
18	42,437
21	42,504
22	42,422
23	42,373
24	42,439
25	42,522
28	42,472
29	42,483
30	42,575
PR.	42,491

Por más información

ingrese a nuestra web

acg.com.uy

SOCIOS

Socio	Dirección	Ciudad	Usuario		Celular	Teléfono	Fax
ABELENDA Neg.Rurales, Walter H.	A. Mª Fernández 628	Florida	Walter H. Abelenda	wharural@adinet.com.uy	099 660530	4352 7297	4352 7299
			Joaquín Abelenda		099 680661		
AGROENLACE TRADE S.R.L.	Ruta 5 Km 182	Durazno	Ing. Agr. Oscar Casco Estevez	haciendas@agroenlacetrade.uy	093 630389	4363 5153	
AGROINTERMEDIO S.R.L.	Juan de Lavalleja 342	Treinta y Tres	Guillermo Bachino	guillermo@agrointermedio.com.uy	095 685197	4452 0437	4452 7285
AGROORIENTAL	Divina Comedia 1638	Montevideo	Martin Slinger	mslinger@agrooriental.com.uy	096 361269	2604 3036	
			Christopher Brown	cbrown@agrooriental.com.uy	099 647 561		
			Jaime Gómez	jgomez@agrooriental.com.uy	092 987 987		
AGROSOCIO	Dr. Alejandro Schroeder 6514	Montevideo	Juan Martin Scasso	mscasso@agrosocio.com	099 284323	2604 7050	2604 7050
			Joaquín Berenbau	jberenbau@agrosocio.com	099 661501		
ALFARO Y CIA	Manuel Lavalleja 1303	Treinta y Tres	Felipe Alfaro	escritorio@alfaroycia.com.uy	099 857400	4452 0017	
ALORI &Cía.SRL	Wilson Ferreira 717	Melo	Julio Alori	info@aloriycia.com.uy	099 639977	4642 7557	4643 1584
			Marcelo Alori		099 800186		
ANDRADE RODRIGUEZ Ltda.	19 de Abril	Durazno	Luis A. Andrade	escritorioandrade883@gmail.com	099 359078	4362 2469	4362 3690
			Martin Andrade		099 362031		
			Jose Poncet		099 361003		
ARAMBURU S.R.L.	Dolores Vidal de Pereira 472	Sarandi del Yi	Ignacio Aramburu	ignacio@aramburu.com.uy	099 367032	4367 9052	4367 9852
			Arturo Aramburu	arturo@aramburu.com.uy	099 367787		
			José Ignacio Aramburu	jose@aramburu.com.uy	099 367152		
ARAUJO, Gastón	Andrés Cheveste 747	Artigas	Gastón Araujo	gaston@araujo.com.uy	099 771295	4772 6249	4772 2750
				sian@adinet.com.uy			
ARRALDE ALEJANDRO Y Cía.. Ltda.	M. Cassinoni 1676 Of. 812	Montevideo	Alejandro Arralde	info@arraldeycia.com.uy	099 123186	2403 1353	2403 1353
ARRILLAGA LTDA. GUILLERMO	18 de Julio 331	Florida	Guillermo Arrillaga	negociosarrillaga@gmail.com	099 352 616	43529092	4352 9736
ARROSPIDE, Antonio	Gallinal 443	Florida	Juan Luis Arróspide	info@escritorioarrospide.com.uy	099 353324	4352 3130	4352 5098
			Diego Arróspide		099 126412	4352 2007	
BACHINO CARLOS, Ltda.	Dr. Nicolás Corbo 1433	Lascano	Carlos Bachino	carlosbachino@carlosbachino.com	099 856005	4456 7865	4456 7865
				administracion@carlosbachino.com			
BACHINO, Enrique y Asociados	Ituzaingo 566	Minas	Ernesto Franco	info@enriquebachinoyasociados.com.uy	099 639039	4442 5789	4442 5789
			José Enrique Bachino		099 140028		
BACHINO, Ricardo	Avenida Herrera 539	Minas	Ricardo Bachino	rbachino@hotmail.com	095 631793	4442 2173	4442 2173
BARDIER Y ODRIOZOLA S.R.L.	Rivera 441 Local 1	Durazno	Miguel Bardier	bardieryodriozola@gmail.com	099 359190	4362 3856	4362 3856
			Raúl Odriozola		099 360087		
BASSO Neg. Rurales, Gustavo	Batlle y Ordoñez 511	Florida	Gustavo Basso	gbasso@adinet.com.uy	099 663310	4352 7303	4352 7303
BELLO, Gustavo	Luis A. de Herrera 597	Florida	Gustavo Bello	gbellonegociosrurales@hotmail.com	099 620769	4352 7242	4352 2110
BENGOCHEA S.R.L., Luis A.	Aparicio Saravia 524	Melo	Miguel Bengochea		099 802075	4642 3143	4642 5329
	Avda. Brasil 3105/701	Montevideo	Gonzalo Bengochea		099 146782	2709 8084	2709 8084
BERGARA SEBASTIAN	Paysandú 941 Piso 4 Esc.9 y 10	Montevideo	Sebastián Bergara	info@bergara.com.uy	099 141 298	2908 0838	
BERRUTTI - UB&P	Mantua 7011	Montevideo	Ing. Alejandro Berrutti	ubp@ubp.com.uy	098 404575	2600 1159	
			Pablo Argenti	pargenti@berrutti.com.uy	098 423842		
BERTSCH, Roberto	Lecueder 401	Artigas	Roberto Bertsch	escritorio@robertobertsch.com	099 772526	4772 2215	4772 3628
BIRRIEL HNOS & ASOC.	18 de Julio 2033	Rocha	Juan Martin Birriel	ganadosdelareservasrl@gmail.com	099 223214	4472 4300	4473 6527
			Valentina Birriel		098 001369		
			Carlos Dianessi		099 872923		
			Mariela Amaral		099 871820		
BIRRIEL Ltda.	25 de Agosto 121	Rocha	Marcelo Birriel	birrielh@adinet.com.uy	099 872633	4472 2851	4472 6280
BLANCO & RODIÑO S.R.L.	Miraflores 1650	Montevideo	Sebastián Blanco	info@bragroservicios.com.uy	099 212728	2600 7884	2600 7884
			Guillermo Rodiño		098 649393		
BOCKING S.R.L.	Nueva York 1249	Montevideo	Juan Bocking	bocking@adinet.com.uy	099 664010	2924 0594	2924 0594
			José Rado		099 636134		
			Ignacio Segredo		099 649 343		
BOFILL, Armando	Av. De las Americas 5029 Complejo	Montevideo	Armando Bofill	abofill@adinet.com.uv	099 681409	2604 0612	2604 8671
	Ricon del Lago - Parque Miramar						
BOSCO RUIZ S.R.L., Esteban	Progreso 307	Guichon	Ing. Agr. Marcelo Cravea	cravea@hotmail.com	099 722448	4742 2112	4742 3909
			Mercedes Margalef		098 389708		
			Carlos Gamarra		099 727789		
BREA SARAVIA, Juan	25 de Agosto s/n	Santa Clara de Olimar	Juan Brea Saravia	breasaravia@hotmail.com	099 693444	4464 5244	4464 5244
BULANTI & Cía. Ltda.	18 DE Julio 868	Paysandú	Gastón Bulanti	bulycia@adinet.com.uy	099 720212	4722 3991	4722 7838
CABRERA PEILE S.C., Esc. Tomas	Artigas 1343	Cardona	Mauricio Cabrera	ecpeile@gmail.com	099 536134	4536 9080	4536 9582
CAMPELIR S.A.	Treinta y Tres 2036	Rocha	Ernesto J Birriel	campelir@adinet.com.uy	099 682472	4472 0200	4472 0200
CAMPO ESTE Ltda.	Ruta 9 Km 207	Rocha	Onelli Pereira	campoeste@hotmail.com	099 872690	4472 3626	4472 3626
			German de Castro		099 872678		
CANEPA, Rubén F.	Uruguay 1301	Salto	Francisco Cánepa	rfcanepa@adinet.com.uy	099 731257	4732 5401	4732 5401
CARBAJAL WALDEMAR NEG. RURALES	Rincón 252	Rosario	Martin Carbajal	martin@waldermarcarbajal.com.uy	099 687441	4552 2580	4552 2580
			Mauricio Carbajal	mauricio@waldermarcarbajal.com.uy	099 684614		
CELEDON MEDIZA Emanuel	Ernesto Mcalister 1726	Tararias-Colonia	Emanuel Celedon	eceledonmediza@gmail.com	098 079 116		
COELHO y Asociados	María Olimpia Pintos 190	Tacuarembó	Alfredo Coelho	coheloyasociados@gmail.com	099 831195	4632 4403	4632 4403
			Sebastián Sánchez		099 836799		
			Oscar Da Silva		099 245330		
COPAGRAN	Montevideo 3511	Young	Federico García Lagos	fgarcialagos@copagran.com.uy	099 686447	2408 7887	2408 7972
CORREA & SAN ROMAN	Uruguay 1404	Salto	Carlos Martin Correa	info@correaysanroman.com.uy	099 731587	4732 7900	
			Martin San Roman		099 633410		
CURUCHET JOSE	Tacuarembo 1465	Paysandú	José P.Curuchet		099 727072	4722 6938	4722 6938
CRADECO	Florencio Sánchez 150	Colonia Valdense	Eduardo Gago	cradeco@adinet.com.uy		4558 8303	4558 8769
			Pedro Bertinat				

Socio	Dirección	Ciudad	Usuario		Celular	Teléfono	Fax
CRUCCI, Elbio	Sarandí 466	Florida	Elbio Crucci	elbiocrucci@adinet.com.uy	099 686673	4352 4833	4352 4833
DE FREITAS CIA. CARLOS	Jose Cuneo Perinetti 1376	Montevideo	Carlos de Freitas	carlos@carlosdefreitas.com.uy	099 664537	2600 4875	2600 4875
				info@carlosdefreitas.com.uy			
DE FREITAS JOSE GESTION GANADERA	Costa Rica 1634	Montevideo	José de Freitas	jose@jdf.com.uy	099 681 540	2603 8203	
DE LA PEÑA VALDEZ S.A.	Ruta 12 km 343 - Puente Otegui	Minas	Fernando de la Peña	fpnegociosrurales@gmail.com		4442 4343	4442 2947
			Fernando J. de la Peña		095028572	4442 2550	
DE MARIA AGRONEGOCIOS S.R.L.	Av. Italia 2210	Paysandú	Diego de María	diego@agrodemaria.com.uy	099 724117	4723 3970	4722 0039
DELAGRO & Cía..	Alejandro Schroeder 6478/101	Montevideo	Eduardo Del Baglivi	info@delagro.com.uy	099 187273	2601 0338	
			Santiago Stefan		099 542 826		
DIAZ RICARDO	Francisco Fondar 533	Trinidad	Ricardo Diaz	escrdiaz@adinet.com.uy	099 680510	4364 2703	4364 3350
			Federico Diaz	federdiaz@adinet.com.uy	099 364 509		
DI SANTI Y ROMUALDO Ltda.	Herrera 484	Florida	Diego Di Santi	razaslecheras@disantiromualdo.com.uy	099 353400	4353 1618	4352 1570
			Romualdo Rodríguez		099 685825		
			Mauricio Lanza		091 294601		
			Mauro Olivera		099 351289		
			Pablo Argul		091 294602		
DIU TABARE	Ruta 1 km 72- Rafael Peraza	San José	Tabare Diu	tabarediu@gmail.com	099 341 157	4346 2662	
DUTRA HNOS. S.R.L.	F. Acuña de Figueroa 1815	Montevideo	Juan Andrés Dutra	dutra@dutrahermanos.com	099 129177	2924 8578	2924 0164
DUTRA Rafael	Rondeau 1908 escritorio B	Montevideo	Rafael Dutra	rafaeldutra@vera.com.uy	099 607160		
ESC. DUTRA LTDA.	Jamaica 3132	Montevideo	Alejandro Dutra	adutra@escritoriodutra.com	099 611200	2604 7041-3	
			Rodrigo Abasolo		099 245222		
ESC. IZMENDI	Ruta 8 km 291,5	Treinta y Tres	Juan Izmendi	izmendi@montevideo.com.uy	099 539 424	4452 2031	
FERNANDEZ, Otto	Herrera 346	Artigas	Otto Fernández	otto@ottofernandez.com.uy		4772 2818	4772 2818
			Otto Fernández Nystrom	ottohijo@ottofernandez.com.uy	099 773057	4622 3288	
			Gerardo Xavier de Melo	gerardohacienda@ottofernandez.com.uy	099 941114		
FONSECA, Juan	Rondeau 2204	Montevideo	Juan Fonseca	juanfonseca@netgate.com.uy	099 682990	2924 0166	2924 0173
			Jorge Muñoz		099 680353		
FRANQUINI OSCAR	Rivera 3224	Florida	Oscar Franquini	oscarfranquini@adinet.com.uy	099 350668	4352 4435	
GALLINAL & BOIX S.R.L.	Paysandú 909	Montevideo	Alberto Gallinal	negociosrurales@gallinalyboix.com	099 660802	2901 2120	2901 2120
			Álvaro Boix	controldeplagas@gallinalyboix.com	094 429970		
			Ignacio Elhordoy		099 154213		
GAMBETTA, Alberto	Rbla. Tomas Beretta 7939	Montevideo	Alberto Gambetta	ag@albertogambetta.com	099 656486	26007346	
	Taruselli 1154	Mercedes				45327952	
GANADERA DEL NORTE ARTIGAS S.R.L.	Gral. Eugenio Garzón 311	Artigas	Manuel Acevedo	ganadelnorte@gmail.com	099 771389	4772 3624	
			Juan Pablo Acevedo		099 423 504		
GAUDIN Hnos.	Artigas 1202	Salto	Julio Gaudin	julio@gaudihnos.com.uy	099 730302	4733 0918	4733 4086
			German Gaudin				
GONZALEZ VIÑOLES JOAQUIN Neg. Rurales	18 de Julio 700	Sarandi Grande- Florida	Joaquin Gonzalez	joaquingve@hotmail.com	099 664512	4354 7343	4354 7343
GORLERO y Cía..	Sarandi 693 piso 5	Montevideo	Felipe Hareau	gorlero@gorlero.com.uy	099 667894	29151604	
			Fernando Hareau		099 102272		
GRONDONA & LUSIARDO S.R.L.	Ruta 3 Km 308	Young	Martin Grondona	gronlus@adinet.com.uy	099 567038	4567 2971	4567 2971
			Fernando Lusiardo		099 567868		
HACIENDAS DEL LITORAL S.R.L.	Montevideo 3471	Young	Jorge García	haciendasdellitoral@adinet.com.uy	099 567131	4567 6400	4567 3989
			Gabriel Garcia		099 728080		
HERNANDEZ HEBER & Asociados	Catalina 257	Tacuarembó	Heber Hernández	info@hhnegocios.com	094 876543	4632 0632	4632 1346
ILUNDAIN BARAÑANO, Alejandro	Santisima Trinidad 467	Trinidad	Alejandro Ilundain	alejandroilundain@adinet.com.uy	099 683529	4364 2559	4364 2559
			Federico Constantin		099 397648		
INDARTE & Cía.. Ltda. Neg. Rurales	Montevideo 3394	Young	Gonzalo Indarte	oficina@indarteycia.com	099 682585	4567 2546	4567 2276
			Fernando Indarte		099 567267		
INDARTE, Héctor	Montevideo 3358	Young	Héctor Indarte	hindarte@adinet.com.uy	099 693313	4567 2001	4567 2172
IRIGOYEN Negocios Ganaderos	Ituzaingo 320	Vichadero-Rivera	Juan P. Irigoyen	jpirigoyenng@gmail.com	092 060060	4654 3144	
ISASA & Cía.., Ricardo	Florencio Sánchez 485	Melo	Ricardo Isasa	risasa@adinet.com.uy	099 638320	4642 2085	4642 5589
			Ricardo Isasa (h)		099 802207		
			Andres Isasa		099 801856		
IZMENDI Ltda., Esc. Miguel Ángel	Pablo Zufriategui 1359	Treinta y Tres	Alejandro M. Silveira	miguelaizmendi@adinet.com.uy	095 308281	4452 2706	4452 8090
			Juan Martin Silveira		095 308282		
JUAN MANUEL FABIAN	Ruta 1 km 121 y medio - Valdense	Colonia		manolofabian1993@gmail.com	099 126 921	4552 4117	
LA CONSIGNATARIA S.R.L.	Galicia 1069	Montevideo	Juan Francisco Belloso	jfbelloso@laconsignataria.com	099 414006	2900 2733	
			Santiago Cortina	scortina@laconsignataria.com	099 118203		
			Enrique Bonner		099 534619		
LA TABLADA Ltda.	Avda. Dr. F. Soca 1223 ap. 402	Montevideo	Juan Irigoyen	juanalcides@adinet.com.uy	099 668051	2709 6486	2709 6486
MARRERO Ltda.	18 de Julio 160	Tacuarembó	Darío Marrero	info@escritoriomarrero.com.uy	099 830133	4632 4286	4632 4286
MARTINEZ S.A. Juan Carlos	José Enrique Rodó 682	Minas	Juan Martínez	cuchillasdesilvera@hotmail.com	099 840 171	4442 2242	4442 4655
MARTINEZ DOS SANTOS, Walter	Dr. González 605	Florida	Walter Martínez Dos Santos	fmrurales@adinet.com.uy	099 352626	4352 2908	4352 2908
			Federico Martínez Elorga		099 352249		
MARTORANO, Mario	Artigas 363	Mercedes	Mario Martorano	mariomartorano@adinet.com.uy	099 663642	4532 2108	4532 2108
MEGAAGRO HACIENDAS S.A.	Gral. Nariño 1907	Montevideo	José P. Aicardi	jpaicardi@megaagro.com.uy	099 643219	2600 1600	2600 1600
			Juan M. Otegui	jmotegui@megaagro.com.uy	099 630690		
MERCO HACIENDAS S.R.L.	La Paz 2233	Montevideo	Andres Lessa	mercohaciendas@adinet.com.uy	099 145423	2409 8877	2409 8877
MONTERO & FERNANDEZ NEG. RURALES	Wilson Ferreira Aldunate 1045	Minas-Lavalleja	Emilio Montero	monterofernandezsrl@gmail.com	099 843 651	4443 5376	
			Mateo Fernandez		098 253012		
MORALES COLOMBO S.R.L.	Sarandí 407	Florida	Ignacio Morales Colombo	moralescolombo@hotmail.com	099 356110	4352 6933	

Socio	Dirección	Ciudad	Usuario		Celular	Teléfono	Fax
MURACCIOLE JORGE	RUTA 81 KM 8	Canelones	Jorge Muracciole	jgmura@hotmail.com	099 326197		
NEDAFOX S.A.	Av. J. M. Alvariza 882 bis	San Carlos	Jorge Umpierrez	nedafoxsan@gmail.com	099 418104	4266 8243	4266 8243
NICOLICH, Alejandro	Carlos Sáez 6415	Montevideo	Alejandro Nicolich		099 660320	2600 0131	2601 7212
			alnicoar@adinet.com.uy				
ORMAZABAL FERNANDEZ GERARDO	Batlle y Ordoñez 540	Durazno	Gerardo Ormazabal Fernandez	gormazabal@adinet.com.uy	099 362076	43623227	43624155
PATIÑO S.R.L., Luis Alberto	A. Fernández 470	Florida	Enrique Patiño	lapsrl@adinet.com.uy	099 352579	4352 4717	4352 4717
			Luis A. Patiño		099 352058		
			Agustín Patiño		099 352290		
PEREIRA FRANCISCO NEG. RURALES	Costa Rica 1589	Montevideo	Francisco Pereira	francisco@pereiranr.com.uy	099 611601	2605 7960	
PREGO Diego Enlaces Ganaderos	Sosa Bernadet 668	Sarandi del Yi-Durazno	Diego Prego	diegopregobarreto@gmail.com	099 986374	4367 9282	
RAMOS & GARCIA Agronegocios	19 de Abril 1107	Durazno	Ignacio Ramos	rodeos@ramosgarcia.com.uy	099 970565	4362 6513	4362 3917
			Álvaro García	contacto@ramosgarcia.com.uy	099 362775		
REYES, Álvaro	Montevideo 1019	Paysandú	Álvaro Reyes	reycib@gmail.com	099 722523	4722 3926	4722 3926
			Manuel Taboada		099 159559		
RODEOS DEL URUGUAY S.R.L.	Artigas 1165	Dolores	Pablo Reyes	rodeos@rodeos.com.uy	099 630098	4534 2124	4534 2831
	Rostand 1559	Montevideo	Gonzalo Bía		099 606772	2601 7459	2606 1051
			Ignacio Trigo		099 928186		
			Rodrigo Paulo	rpaulo@rodeos.com.uy	099 655 144		
RODRIGUEZ HUNTER S.R.L.	Pocho Fernández 3299	Florida	Nelson Rodríguez	nrh@camposyhaciendas.com.uy	099 351208	4353 0369	4353 0369
			Gabriela		095 602857		
RODRIGUEZ RAMOS, Julio C.	Ramírez 509	Trinidad	Rodrigo Rodríguez	tomiyo@adinet.com.uy	099 366 212	4364 3062	4364 3062
			Guzman Rodriguez		099 366 099		
			Guzman Areosa	gareosa@adinet.com.uy	099 366 554		
RODRIGUEZ, Esc. Federico	La Rosa 767	Melo	Federico Rodríguez	escritorio@federicorodriguez.com	099 803286	4642 1902	4642 2017
RODRIGUEZ, Esc. Romualdo	Cuareim 1978	Montevideo	Juan José Rodríguez	remates@romualdo.com.uy	099 623033	2924 0475	2924 8130
			Joaquin Falcon	embarques@romualdo.com.uy	099 527040		
ROMANO, Carlos y Martin	Bvar. Cardona y Mendiondo	Cardona	Martin Romano	cym@cymromano.com	099 536196	4536 9554	4536 9554
			Carlos Romano		099 536195		
			Juan Carlos Romano		099 541017		
RUBAL S.R.L.	Manuel Freire 454	Treinta y Tres	Nelson Martínez	nmartinezbenia@adinet.com.uy	099 852009	4452 3713	4452 8827
SAN GABRIEL NEGOCIOS RURALES	Antonio Ma. Fernandez 716	Florida	Martin Lorier	escritorio@escritoriosangabriel.com.uy	099 310 133	4353 0931	4353 0931
SEBÉ CASAS, Gonzalo	Juan Maria Perez 2996/702	Montevideo	Gonzalo Sebé	gonzalosebe@hotmail.com	099 667276	27104188	
SIERRA, Ramiro	Bvar. Cardona 1215	Cardona	Ramiro Sierra	ramirosierra@gmail.com	099 536282	4536 7720	4536 7720
SILVA GALLINO Joaquin	Calle 30 y 18 Edificio La Cigale apto0004	P del Este - Maldonado	Joaquin Silva Gallino	josiga@adinet.com.uy	099 735945		
STRAUCH, Jorge y Cía.. Ltda.	Manuel Meléndez 1001	Treinta y Tres	Jorge Strauch	contacto@jstrauch.com.uy	099 605386	4452 4686	4452 2415
SORIA NEGOCIOS RURALES (SAN JOSE NEG.RUR)	Herrera y 25 de Mayo	San José	Javier Soria Peña	sorianegociosrurales@vera.com.uy	099 847 235	4342 3808	
			Gaston Guelbenzu Ithurralde		099 872 541		
THE LANDLORD COMPANY	Dr. Valentin Cassio 1489	Treinta y Tres	Santiago Zuluaga	santiagozuluaga@thelandlordcompany.com	093 761854	4452 7902	
TOURON & SAINZ RASINES S.R.L.	Ituzaingo 419	Mercedes	Joaquín Touron	touronsainz@hotmail.com	099 513268	4533 0615	4533 0615
			Rodrigo Sainz Rasines		099 529266		
TRINDADE S.R.L. CARLOS	19 de Abril 1379	Salto	Carlos Trindade	administracion@carlostrindade.com.uy	099 732562	4733 5496	
			Sebastian G. da Trindade		099 692993		
VALDEZ & Cía.. Ltda.	Sarandí 236	Tacuarembó	José Valdez	jose@valdez.com.uy	099 834840	4632 2360	4632 5555
			Carlos Irazusta	cirazusta@valdez.com.uy	099 578855		
			Ricardo Pigurina	rpigurina@valdez.com.uy	099 822982		
			Pablo Camilo Valdez	pablo@valdez.com.uy	099 836050		
VERA SRL JUAN	Herrera 999	Durazno	Juan Vera	juanveratis@gmail.com	099 362 262	4362 3593	
			Gabriel Gelpi		099 359 090		
VIERA Pablo	Ruta 1 km 121.5 Est.Shell	Colonia Valdense	Pablo Viera	haciendasdelplata@hotmail.com	094 417039		
VICTORICA CONSIGNACIONES S.R.L.	Arturo Lezama 2083	Montevideo	Ignacio Victorica	victorica@victorica.com.uy	099 682184	2924 0055	2924 8864
			Santiago Sánchez		099 622087		
ZABALLA Negocios Rurales	Dr. Ivo Ferreira 308	Tacuarembó	Dardo Zaballa	zabalasrl@gmail.com	099 830658	4632 8682	4632 8682
ZAMBRANO & Cía.. S. A.	Gral Nariño 1690	Montevideo	Alejandro Zambrano	zambrano@zambrano.com.uy	099 683390	2600 6060	2600 6060
			Nicolás Zambrano		099 112422		
	Av. Garzón 355 esq. R. Branco	Artigas	Facundo Schauricht		099 561196	4773 1768	4773 1768
ZUGARRAMURDI, Alejandro Ltda.	Yi 1879 apto 201	Montevideo	Alejandro Zugarramurdi	az@az.uy	099 531469		

Por más información
ingrese a nuestra web
acg.com.uy

EL PAIS Rurales

Todo el agro, todo el día, todos los días en
rurales.elpais.com.uy
(con acceso directo
a través de la web de **EL PAIS**).

La información del principal rubro de la economía nacional
en formato, texto, audio y video en un solo lugar.

Una co producción de El País y Carve850 AM.

EL PAIS

SABEMOS LO EXIGENTE QUE ES TU PALADAR. AÚN ASÍ, LO DESAFIAMOS.

NUEVA CARNE
Steakhouse

Tacuarembó
Steakhouse

TACUAREMBÓ STEAKHOUSE ES LA NUEVA MARCA DE CARNE URUGUAYA PREMIUM ESPECIALMENTE SELECCIONADA, APROBADA POR LOS PALADARES MÁS EXIGENTES.

Distribuye en exclusividad:
DICASOLD
Marcas que importan