



**CAMARA MERCANTIL
DE PRODUCTOS DEL PAIS**

Fundada el 23 de enero de 1891

**ORGANIZACIÓN
EMPRESARIAL**

*Nuestra Misión
es promover la
producción y
comercialización
agroindustrial*

NORMATIVA

LEYES, DECRETOS
Y RESOLUCIONES

INFORMES

INFORMACIÓN DE
ASESORES
DE LA CÁMARA

EVENTOS

FERIAS, CONGRESOS
Y EXPOSICIONES

CAPACITACIÓN

LICENCIATURAS, CURSOS Y
SEMINARIOS

COMERCIO

INFORMACIÓN SOBRE
REPRESENTACIONES
DIPLOMÁTICAS
Y OPORTUNIDADES
COMERCIALES

Avda Gral Rondeau 1908
Tel.:2924 06 44

Montevideo - Uruguay
info@camaramercantil.com.uy

CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS

29 de DICIEMBRE de 2011

*El Consejo Directivo,
Gerencia General, Personal
y Asesores de la Cámara
Mercantil de Productos del
País, hacen llegar a los
empresarios y
colaboradores de las
empresas asociadas sus
sinceros deseos de felicidad
y prosperidad para el año
2012, en el cual
compartiremos sus
esfuerzos e iniciativas.*



**CAMARA MERCANTIL
DE PRODUCTOS DEL PAIS**

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

OPERACIONES DE VENTA DE CEREALES Y GRANOS Y EL IVA

CRA. MA. DEL CARMEN SFORZA

Las disposiciones de este Decreto, tal lo expresado en sus considerandos, surgen del análisis de las particularidades del mercado de cereales y granos, en especial en lo referido a las condiciones y lugar de entrega de la mercadería y los servicios que se prestan sobre la misma, y de la constatación de la necesidad de fijar claramente a efectos tributarios, el momento en que se produce el hecho generador de los tributos.

Más aún, se debe considerar que la venta de productos agropecuarios en su estado natural no tributa el Impuesto al Valor Agregado (IVA), mientras que sí lo hacen los servicios que se presten en relación a estas mercaderías. Por lo tanto, a los efectos de tributar el IVA sobre el precio de los servicios, éstos deben ser facturados al productor agropecuario o a quienes comercialicen estos productos con el correspondiente IVA. Si se descuenta del precio de compra de los cereales y granos los costos por los referidos servicios, se deja de facturar un servicio gravado por el IVA. Ante ello se dio una solución a la situación planteada, considerando que era necesario dar certeza al contribuyente en cuanto a la aplicación de los tributos correspondientes, así como al momento de su devengamiento.

Nuevas disposiciones introducidas por este Decreto

Este Decreto establece que, sujeto a determinadas condiciones, se podrá descontar del precio de compra de los cereales y granos los costos por los mencionados servicios, aceptándose por tanto que estos servicios no sean facturados.

Las condiciones son las siguientes:

Firma de un contrato

En efecto, en el artículo 2 de este Decreto se prevé que en el caso de existencia de contrato de compraventa de cereales o granos, el precio de los bienes enajenados estará constituido por el precio pactado, ajustado con todos los componentes del precio establecidos en el referido contrato, tales como las incidencias de fletes, calidad, servicios de secado, pre-limpieza, almacenaje, etc.

Por lo que una primera condición que se debe cumplir para adoptar la solución planteada es contar con un contrato de compraventa.

Inscripción del contrato

Por otra parte, se requiere de la inscripción de este contrato en la Cámara Mercantil de Productos del País, segunda condición que se debe cumplir para adoptar la solución planteada, dado que el referido artículo 2 la supedita al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Celebración de un contrato con anterioridad a la fecha de entrega, inscripto en la Cámara Mercantil de productos del País, en cuyo caso se presumirá que la tradición se produce en el domicilio del vendedor, salvo que el contrato estipule una solución en contrario.
- Igual tratamiento tendrán las operaciones cuyo contrato debidamente inscripto sea posterior a la entrega de los bienes, siempre que no hayan transcurrido más de quince días de dicha entrega.

La Dirección General Impositiva establecerá las formalidades que deberán cumplir los referidos contratos, los que como mínimo deberán contener precio, calidad y cantidad de la mercadería a entregar, así como las formalidades de la inscripción.

Consideraciones finales

Asimismo, el Decreto establece que en el caso de inexistencia de contrato escrito, o de contrato con fecha posterior a los quince días de entregada la mercadería, se entenderá que la entrega se produjo en la fecha y lugar que surja del remito de la mercadería, u otros documentos que acrediten el día y lugar de la entrega, por lo que en este caso no podrá ajustarse el precio de compra de cereales o granos con los costos por los servicios de fletes, calidad, servicios de secado, pre-limpieza, almacenaje, etc, los que deberán por tanto ser facturados con el correspondiente Impuesto al Valor Agregado.

Por último, se establece que para las operaciones realizadas con anterioridad al presente Decreto, y siempre que no se hubieran facturado los correspondientes servicios, se presumirá la no existencia de servicios prestados al vendedor, cuando los mismos fueron pagados por los compradores sobre mercaderías que finalmente hayan sido adquiridas por éstos.

*Material elaborado por el
Departamento Tributario y Legal de KPMG*

Presidencia de la República Oriental del Uruguay

**COMISION MULTIPARTIDARIA DE ANALISIS DE LA MINERIA DE GRAN PORTE
(MGP)**

DOCUMENTO DE ACUERDO

Convocada a instancias del Presidente de la República, Don José Mujica , se conformó la Comisión Multipartidaria de Análisis de la Minería de Gran Porte (MGP) con el objetivo de analizar y aportar líneas estratégicas en materia de mega emprendimientos de minería en Uruguay, valorando la importancia de dotar al país de una política de Estado en la materia.

Esta comisión integrada con representantes de todos los Partidos Políticos con representación parlamentaria y del Poder Ejecutivo, sesionó en un período comprendido entre los meses de agosto y diciembre de 2011, arribando al resultado contenido en este documento acordado por todos sus integrantes (*).

I. Dimensiones de Acuerdo

Para el análisis de la temática planteada se considera conveniente la siguiente metodología de estudio en torno a ejes temáticos definidos.

1. Definición de Minería de Gran Porte (MGP)

2. Cuatro Ejes:

- Aspectos Ambientales de la MGP.
- Aspectos Sociales en la MGP.
- Aspectos Económicos de la MGP.
- Aspectos de Gobernanza en la MGP.

II. Definición de Minería de Gran Porte (MGP)

Se considera Minería de Gran Porte (MGP) a aquella minería metálica que cumpla con al menos uno de los siguientes tres criterios:

1. Inversión superior a 100 millones de dólares, en etapa explotación
2. Producción anual valorada mayor a 100 millones de dólares
3. Afectación territorial del distrito minero de más de 400 has.

Con consideración a:

- impactos ambientales acumulados si se anexa proyecto(s) a ya existentes (explotaciones linderas en minería metálica); es MGP si una misma empresa o asociadas superan 400 has.
- la utilización de sustancias químicas potencialmente tóxicas en el proceso de extracción o beneficiación;

Presidencia de la República Oriental del Uruguay

- requerimiento energético anual mayor a 500 GWh;
- producción de drenaje ácido en la cantera o escombrera;

III. Eje Ambiental

1. La MGP es aceptable y genera proceso de desarrollo sostenible si respeta las reglas y garantías rigurosas de gestión ambiental durante todo el proceso, incluyendo cierre y post-cierre. Existe en el país un marco legal amplio, moderno y adecuado que da garantías (ambiental, minero, de ordenamiento territorial y gestión del agua).
2. MGP son categorizadas "C" por DINAMA (Ley N° 16.466 de 19/01/1994).
3. Actividad minera debe localizarse en suelo rural (Ley N° 18.308 de 18/06/2008).
4. Antes de la aprobación de cualquier explotación de MGP se preverá el desarrollo necesario de normativa para su adecuado control ambiental y de seguridad de la MGP, incluyendo un capítulo específico relativo al cierre de mina. Las autorizaciones de DINAMIGE requerirán la autorización ambiental que corresponda.
5. El Estado identificará y definirá las medidas necesarias de mitigación y compensación de los impactos ambientales negativos, con garantías de ejecución, considerando la propuesta de la empresa contenida en el Estudio de Impacto Ambiental (EsIA).
6. Confianza en capacidad del MVOTMA y DINAMA en evaluación impacto ambiental, seguimiento y control, con fortalecimiento eficiente por la dimensión MGP.
7. Deben elaborarse a la brevedad relacionados con la minería los instrumentos de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Sustentable a la escala de acuerdo con la Ley de OT y DS N° 18.308.
8. Se deberá acordar cooperación o asesoría internacional con agencia de gestión ambiental de referencia internacional, para fortalecer el diseño de políticas de impacto y control de la calidad ambiental, con atención a la capacitación, incorporación tecnología, y transparencia. Se deberá asimismo contar con una auditoría internacional de la Evaluación de Impacto Ambiental (EsIA).
9. Fortalecer la credibilidad y confianza pública en la gestión ambiental del Estado, y promover la participación y la transparencia.
10. Asegurar que la explotación de recursos no renovables incluya fondos reales o contingentes o la contratación de seguros adecuados, de carácter escalonado, por parte del concesionario para gestión, rehabilitación y compensación ambiental, en caso de cierre previsto o anticipado, que incluya remodelación paisajística, proyecto productivo y programa de monitoreo.
11. Además de los instrumentos de control para el adecuado desempeño ambiental del funcionamiento de la empresa que instrumente el Estado, se requerirá del autocontrol ambiental de la Empresa mediante la presentación periódica a la autoridad ambiental de declaraciones juradas avaladas por profesionales técnicos competentes en la materia.

IV. Eje social

1. Análisis de las Mejores Prácticas internacionales para explotaciones minera y su gestión social y ambiental, con actores involucrados.
2. Promover la creación de puestos trabajo, asegurar las mejores prácticas y seguridad laboral: impulso de la ratificación del Convenio 176 de OIT sobre Seguridad y Salud en minas. Cada proyecto MGP deberá ceñirse a los requerimientos que establezca el MTSS por decreto en materia de higiene y salud laboral para el sector.
3. Se controlará cuidadosamente que la empresa de satisfacción a las necesidades de alojamiento y accesibilidad de servicios al personal.
4. Impulsar un Consejo Sectorial Minero –tripartito- para promover la Cadena Productiva, definiendo objetivos, acciones y hoja de ruta.
5. Desarrollar conocimiento, tecnología y capacidades en alianza con instituciones educativas.
6. Contar con sistemas armonizados de información económica y ambiental.
7. El Estudio de Impacto Ambiental (EslA) debe contener un estudio preciso de afectación social del entorno del emprendimiento.
8. Incorporar como cometido del MVOTMA la realización de un estudio del impacto urbano que genere cualquier emprendimiento de MGP, sin perjuicio del impacto ambiental.
9. Cada proyecto MGP tendrá una Comisión de Seguimiento asociada de amplia participación.
10. La Administración promoverá el ejercicio del derecho a la información y su transparencia, y la participación de los ciudadanos.
11. Resulta de suma importancia que las partes involucradas en las solicitudes de títulos mineros sean informadas de sus derechos y obligaciones; en caso de existir oposición la instalación de una “audiencia de conciliación” resulta un mecanismo adecuado.

V. Eje Económico

1. Los recursos naturales son parte de la riqueza nacional.
2. Su explotación debe beneficiar a la población, aportando al desarrollo, garantizando la mejora del bienestar de forma intergeneracional, en particular los no renovables.
3. El Estado debe participar eficientemente de una parte de las rentas económicas generadas por la explotación de recursos no renovables del cual es propietario y garantizar una asignación y gestión óptima a los objetivos trazados.
4. Diseño de instrumentos específicos para:
 - a. Desarrollo de Minería con políticas para crecimiento sostenido sectorial en el largo plazo.

Presidencia de la República Oriental del Uruguay

- b. Desarrollo de conocimientos, tecnologías y capacidades (sectores público y privado).
 - c. Generar un marco que favorezca el agregado del mayor valor posible a los recursos mineros
 - d. El sistema tributario a aplicar a la minería de gran porte establecerá una tasa efectiva de imposición convergiendo al benchmarking internacional para los recursos no renovables.
 - e. Que resulte en una Tasa Interna de Retorno (TIR) acorde a los niveles internacionales requeridos por el inversor (luego de impuestos).
5. Aplicación de impuesto adicional al régimen general (Adicional de IRAE para MGP) en el sistema de concesión, convergente con tendencias internacionales.
- a. Impuesto adicional, de carácter progresivo y contingente.
 - b. Mismo monto imponible del IRAE.
 - c. Se mantiene el Canon actual, aplicando un tope elevado a lo percibido por el superficiario, previendo recompensar (con un monto menor al superficiario) a los propietarios de predios linderos y/o involucrados en áreas de amortiguación que definirá la reglamentación.
 - d. No serán aplicables beneficios tributarios de la Ley de Promoción de inversiones a las actividades extractivas y conexas, sí a las actividades industriales que agregan valor. No serán aplicables subsidios a exportación ni devolución de impuestos indirectos (salvo AT).
 - e. Inversión en Prospección y Exploración pueden ser incluidos en régimen de Promoción de Inversiones.
 - f. Precios de transferencia aplicables también al Adicional de IRAE.
 - g. Contratación de consultorías internacionales independientes del Proyecto de Inversión, para negociar aspectos técnicos y económicos de proyectos MGP con base firme.
 - h. Si es Sociedad Anónima, deberá tener acciones nominativas. Se incluirá el concepto de grupo económico.
 - i. Se promoverá la participación en la Bolsa de Valores del Uruguay.
 - j. Toda empresa que desee desarrollar un MGP, debe presentar un Proyecto de Inversión.
- f. Eje Gobernanza**
- 1. Para asegurar la solidaridad inter generacional, se creará un FONDO SOBERANO DE INVERSIÓN con los ingresos tributarios obtenidos por el Estado por concepto de canon, IRAE, impuesto a la distribución de dividendos y adicional IRAE de los emprendimientos de MGP. La rentabilidad generada por las inversiones de dicho fondo será parte integrante del mismo.
 - 2. El destino del Fondo será:

Presidencia de la República Oriental del Uruguay

- a) para inversiones en las zonas geográficas de influencia generadas por la puesta en marcha de los proyectos de MGP en infraestructura, vivienda, obra social y otros; transferidos a OPP con destino al Fondo de Desarrollo del Interior a dichos efectos.
- b) luego de considerada esta inversión inicial, los destinos serán:
 - en una proporción menor, aplicadas a proyectos productivos e infraestructura, para desarrollo económico nacional.
 - en una proporción mayor, en la formación de un Fondo Soberano de Inversión de colocaciones, ético y transparente a largo plazo.

Las utilidades reales obtenidas por el Fondo se adicionaran y administrarán como la porción mayor.

3. Creación de Comité de Dirección gubernamental: define directrices estratégicas del Fondo.
4. Administración del Fondo por a) una persona pública no estatal de derecho privado o b) organismo dependiente del Banco Central del Uruguay.
5. Integrar organizaciones internacionales que aplican herramientas de medición de transparencia –de aplicación fondos e información.
6. La regulación de MGP será por Ley especial.
7. Fortalecimiento capacidades técnicas de autoridades reguladoras (DINAMA, DINAMIGE, Intendencias, etc.) en control y seguimiento, previéndolo en Presupuesto.
8. Contratos con inversores serán dados a publicidad, no limitando a organismos públicos.
9. Exigencias del Código de Minería a permisario, concesionario o titular de derecho minero, será exigible automáticamente a emprendimientos MGP (si no está previsto expresamente en régimen légal especial lo contrario).
10. Creación de Indicadores que permitan monitorear la sustentabilidad del Fondo y su aplicación, en forma permanente.
11. Capacitar y especializar al cuerpo inspectivo de la DGI para poder monitorear esta actividad productiva.

(*) Salvedades


El **Partido Colorado** deja constancia en forma expresa que la participación del Estado en las ganancias de emprendimientos de MGP debe ser únicamente a través del sistema tributario. A su vez, que para el impuesto adicional acordado, la aplicación de una tasa lineal es preferible a un sistema de tasas progresivas. A efectos de garantizar la solidaridad intergeneracional, propone fijar cual es el monto de capital del fondo que se puede dedicar a inversiones en zonas geográficas de influencia y otros proyectos productivos y de infraestructura, y

Presidencia de la República Oriental del Uruguay

dedicar a estos destinos hasta un 10% de los montos de ingresos tributarios ingresados al fondo y todas las rentas reales obtenidas de su colocación. Finalmente, entiende que el Fondo debe ser administrado por el B.C.U. y no por una persona pública no estatal de derecho privado a determinar en el futuro.

El 22 de diciembre de 2011 suscriben este acuerdo:

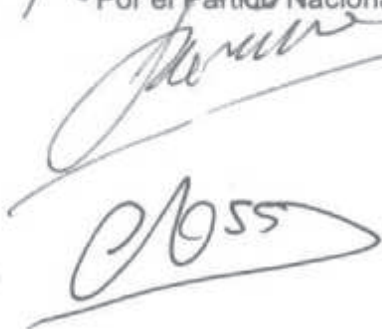
Por el Poder Ejecutivo 

Por el Partido Colorado 

Por el Partido Independiente 

Por el Partido Nacional 

Por el Frente Amplio
JORGE BROVETTO





Uruguay: Exportaciones del Rubro Ovino

Período: Diciembre de 2010 a Noviembre de 2011

23 de Diciembre de 2011

Cuadro N° 1 - Exportaciones del Rubro Ovino - En dólares americanos

Sub rubros	Diciembre/09-Noviembre/10		Diciembre/10-Noviembre/11		Variación % entre periodos
	U\$S	Participación % sobre el total del período	U\$S	Participación % sobre el total del período	
Lana y productos de Lana	250.966.064	72.5	274.655.306	74.9	9.4
Carne Ovina	85.953.668	24.8	78.054.447	21.3	-9.2
Ovinos en Pie	3.237.451	1.0	881.969	0.2	-72.8
Pieles Ovinas	5.850.891	1.7	13.053.034	3.6	123.1
Total	346.008.074	100	366.644.756	100	6.0

Fuente: Elaboración SUL - Ing. Agr. Javier Frade en base a cifras de la Dirección Nacional de Aduanas

Desde el 1 de Diciembre de 2010 y el pasado 30 de Noviembre de 2011, a Uruguay ingresaron un total de 366.6 millones de dólares por concepto de exportaciones de los productos que componen el Rubro Ovino (lanas y productos de lana, carne ovina, pieles ovinas y ovinos en pie). Esta cantidad, representó un aumento del 6.0 % respecto a igual período anterior, según las cifras de las "exportaciones cumplidas" proporcionadas al Secretariado Uruguayo de la Lana, por la Dirección Nacional de Aduanas.

El 74.9% de las ventas al exterior de los productos del Rubro Ovino, correspondió a lana y productos de lana, que totalizaron 274.6 millones de dólares, aumentando un 9.4%, con respecto al período Diciembre/09-Noviembre/10.

Al analizar el comportamiento de los otros ítems que componen el Rubro Ovino, se observa que las exportaciones de Carne Ovina, totalizaron 78 millones de dólares, disminuyendo 9.2%. Las de Pieles Ovinas, totalizaron 13 millones dólares aumentando 123.1%, mientras que los Ovinos en Pie bajaron 72.8% al totalizar 0.88 millones de dólares. (Ver Cuadro N° 1).

Considerando solamente las exportaciones de lanas y productos de lana del mes de Noviembre del año 2011 y comparándola con la cifra del mismo mes del año anterior, se observó un aumento del 24.7 % al totalizar la cantidad de 24.2 millones de dólares.

Nota: Desde el mes de noviembre de 2010 se comenzó a recabar información de **grasa de lana y lanolina exportadas** para ser agregadas como sub rubro de exportación del rubro ovino. Es así que desde diciembre de 2010 a noviembre 2011 se exportó por este concepto U\$S 9.753.490 (U\$S 3.742.415 como grasa de lana y U\$S 6.011.075 como lanolina)

Si incorporamos este sub rubro a las exportaciones del Rubro Ovino, arroja un total para el período diciembre 2010 a noviembre 2011 de U\$S 376.398.246

Exportaciones de lana y productos de lana

En términos de volumen físico, durante los últimos 12 meses, **Uruguay exportó un total de 47.3 millones de kilos de lana equivalente base sucia** (considerando lana sucia, lavada y peinada), 25.3% menos que en igual período anterior.

El 65.2 % se exportó peinada, el 19.4 % sucia y el 15.4 % restante lavada. Las ventas al exterior en volumen físico para las tres presentaciones consideradas disminuyeron comparadas con igual período anterior. (lana sucia -42.2%,peinada - 22.9% y lavada -2.1%). (Ver Gráfico N° 1)

Principales Destinos en U\$S

Fueron 55 los destinos de las ventas al exterior de lana y productos de lana de Uruguay durante los últimos 12 meses.

Analizando en términos de valor **las exportaciones de lana sucia, lavada y peinada, totalizaron 239.9 millones de dólares**, lo que implica un aumento del 12.6 % respecto al período Diciembre/09- Noviembre/10.

El principal destino en término de valor

de las exportaciones de ese grupo de productos, continuó siendo China, con el 38.7% del total. Lo siguen Italia (14.4% del total), Alemania (13.4%), Turquía (6.7%), India (5.5%) y Reino Unido (3.2%).

En lana sucia, China adquirió el 86.1% del total, seguido de India con 9.7%. En este subrubro, se observa una disminución del ingreso de divisas comparado con el mismo período del año anterior del 13.3%

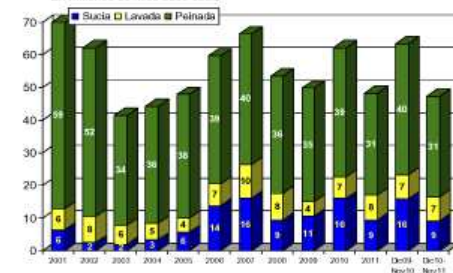
En lana lavada, del total de ingresos China representó el 33.3%, seguido por India (25%), Italia (22.5%), Alemania (3.9%) y USA (2.9%)

En este sub-rubro, el destino más importante disminuyó sus compras en términos de valor un 16.3%.

Comparado con igual período anterior el ingreso por este concepto aumentó 51.5%

En lana peinada, China adquirió el 26.4 % del total, registrando una disminución res-

Gráfico N° 1
URUGUAY: Evolución de las exportaciones de lana
En millones de kilos base sucia



Nota: Los años han sido reordenados.

Fuente: Elaboración SUL - Ing. Agr. Javier Frade en base a OIA

pecto a igual período anterior de 21.4%, seguido en importancia por Alemania (18.6%) que aumentó en sus compras un 24%, Italia (16.6%) que subió sus compras 44.4% y Turquía (9.8%) que aumentó sus importaciones en términos de valor en 3.0%. Entre el quinto y décimo lugar se ubicaron, Reino Unido (4.5%), Bulgaria (4.1%), Irán (3.2%) Corea del Sur (3.0%), y Japón (2.4%). (Ver gráfico N° 2).

Ingreso de divisas por producto

Al realizar un análisis de los diferentes sub-rubros que integran las exportaciones de lana y productos de lana, observamos que las ventas al exterior de, lana lavada, tops, prendas, mantas y alfombras aumentaron (51.5%,15.9%,4.3%,48.7% y 116.7% respectivamente).

Sin embargo, el resto de los sub-rubros registraron descensos, -13.3% lana sucia, desperdicios -3.6%,hilados -13.6% y en tejidos -20.8%. (Ver Cuadro N° 2)

Si dividimos las exportaciones de Lanas y Productos de Lana en dos grupos según el grado de valor agregado, es decir, uno (de menor valor agregado) en el que incluimos lana sucia, lavada, peinada y desperdicios y otro grupo (de mayor valor agregado) compuesto por hilados, tejidos, prendas, mantas y alfombras, observamos que el primero, registró un aumento en término de valor del 10.6%, mientras que el segundo bajó 9.7%.

Exportaciones de carne ovina

En término de volumen físico durante los últimos 12 meses Uruguay exportó un total de 12.3 millones de kilos de carne ovina un 38.1% menos que en igual período anterior.

Fueron 36 diferentes Países el destino de las ventas de carne ovina, siendo los principales, Brasil quien adquirió el 34.3%, China (18.1%), Alemania (7.6%), Hong Kong (7.5%) y Francia (3.8%)

En términos de valor (de los 78 millones de dólares exportados por carne ovina) los principales destinos fueron: Brasil (36.7%), Alemania (16%), China (7.5%) , Reino Unido con (5.9%) y Países Bajos (5.5%).

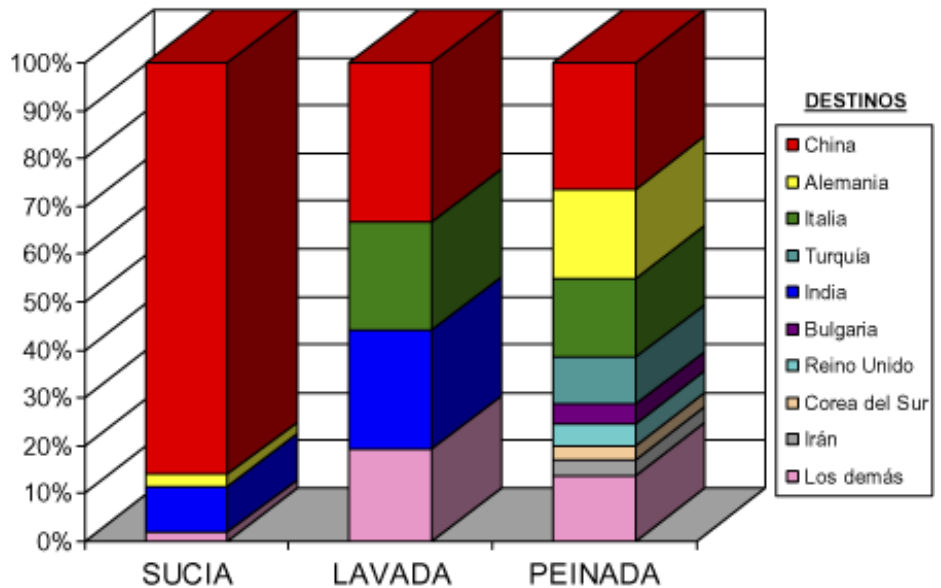
Nota: En los diferentes cuadros publicados, los totales pueden no coincidir a causa de los redondeos.

Fuente: Elaboración SUL – Ing. Agr. Javier Frade, sobre la base de datos proporcionados por la Dirección Nacional de Aduanas.

Gráfico N° 2

URUGUAY: Principales destinos de las exportaciones de lana

En porcentaje sobre el total de U\$S – Dic/2010 – Nov/2011



Fuente: Elaboración SUL – Ing. Agr. Javier Frade en base a DNA

desperdicios -3.6%,hilados -13.6% y en tejidos -20.8% ver Cuadro N° 2.

Cuadro N° 2 Exportaciones de Lana y Productos de Lana en U\$S

Rubro	Dic/09-Nov/10 U\$S	Dic/10-Nov/11 U\$S	Variación %	Principal destino % de participación Dic/10-Nov/11
Lana Sucia	52.321.351	45.365.166	-13.3	China (86.1%)
Lana Lavada	23.034.810	34.909.247	51.5	China (33.3%)
Tops	137.766.271	159.651.251	15.9	China (26.4%)
Desperdicios	9.149.886	8.820.457	-3.6	China (42.2%)
Hilados	3.671.060	3.171.383	-13.6	USA (51.7%)
Tejidos	14.562.644	11.533.036	-20.8	Brasil (55.0%)
Prendas	9.834.608	10.270.296	4.3	Argentina (60.3%)
Mantas	618.831	920.178	48.7	USA (96.2%)
Alfombras	6.599	14.297	116.7	España (64.6%)
Total	250.966.064	274.655.306	9.43	China (34.0%)

En cuanto al tipo de producto por destinos en dólares:

Producto	Principales destinos	% del total	U\$S totales
Enfriada con hueso	Brasil	100%	1.862.693
Enfriada sin hueso	Alemania	100%	256.986
Congelada con hueso	Brasil	62.6%	40.702.661
	China	11.3%	
	Rusia	4.6%	
	Emiratos Arabes	4.0%	
Congelada sin hueso	Alemania	37.7%	31.968.551
	Reino Unido	14.5%	
	Países Bajos	13.5%	
	Francia	12.5%	
Otros	Líbano	59.7%	1.278.814
	Alemania	15.5%	
	Brasil	14.2%	
Subproductos	Hong Kong	60.8%	1.984.741
	China	32.7%	

TEMAS

¿ES POSIBLE –CON MENOS OVEJAS– PRODUCIR MÁS Y CON MAYOR VALOR AGREGADO?

Análisis y aportes del INIA para una ovinocultura más innovadora y competitiva

POR FABIO MONTOSI, IGNACIO DE BARBIERI, GABRIEL CIAPPESONI, ANDRÉS GANZÁBAL, GEORGETT BANCHERO, JUAN MANUEL SOARES DE LIMA, GUSTAVO BRITO, SANTIAGO LUZARDO, ROBERTO SAN JULIÁN, CAROLINA SILVEIRA Y ANDRÉS VÁZQUEZ

Programa Nacional de Investigación en Producción de Carne y Lana del Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA)

Particularmente en los últimas dos décadas hemos asistido a importantes cambios en el mercado internacional de lana y carne ovina, que determinaron modificaciones drásticas en los patrones de consumo de carne y textiles, que generaron importantes innovaciones en los sectores agroalimentario y de la vestimenta.

Así, cambió la forma de producir, industrializar y comercializar los productos. Entre otros aspectos, se destacan:

- Mejora de la productividad y la competitividad de las cadenas alternativas a la textil-lanera y cárnica ovina (p.e. sintéticos, algodón, carne porcina, aviar).
- Escala del negocio.
- Acuerdos comerciales de orden internacional.
- Políticas negativas para el sector (p.e. manejo del *stock* australiano).
- Calidad y certificación de productos y procesos.
- Desarrollo de marcas y promoción.
- Cuidado del ambiente.
- Bienestar y sanidad animal.
- Alimentos (seguridad alimentaria, consistencia, diferenciación, continuidad de la oferta del producto, salud humana, atributos culinarios, facilidad de preparación y cocción de alimentos).
- Vestimenta moderna (liviandad, resistencia, versatilidad, producto natural, suavidad, apariencia, confort, fácil cuidado, etc.).
- Disponibilidad y calificación de la mano de obra.
- Responsabilidad social de todos los integrantes de la cadena.



Los productos del ovino son demandados por consumidores exigentes y de alto poder adquisitivo, que están dispuestos a pagar diferencialmente por la lana y la carne de calidad.

Cuadro 1. Reducción del *stock* ovino (millones de cabezas) entre 1990 y 2009 en Uruguay, Australia y Nueva Zelanda.

PAIS/AÑO	1990	2000	2009	REDUCCIÓN (%)
				2009 vs. 1990
Australia	170,3	118,6	72,7	42,7
N. Zelanda	57,9	42,3	32,4	56,0
Uruguay	25,2	13,2	8,7	34,3

En los últimos 20 años, las citadas tendencias y otros factores asociados determinaron:

a) **Lanas:** el consumo mundial de lanas se mantuvo, en general, entre 1,5 y 2,0 millones de tt, mientras que los niveles de consumo de algodón y sintéticos crecieron abruptamente, y hoy llegan a 22,8 y 42 millones de tt, respectivamente.

b) **Carne ovina:** la producción mundial de carne ovina y caprina creció menos que la aviar y la porcina.

En base a varios estudios de mercado, las tendencias de demanda de tipo de lana han sido muy claras, tanto para su uso en la vestimenta como para interiores, y tejidos de punto, señalando que se deben afinar

las lanas en cada rango de finura que se produzca.

Para la carne ovina, la producción mundial será menor que la demanda; en el futuro habrá una fuerte demanda y potenciales precios firmes. De no ocurrir grandes crisis globales, los mercados de buen poder adquisitivo y exigentes (el destino principal de los productos que genera el rubro) serán favorables para el consumo de carne ovina (en particular para la carne de corderos de calidad), y para las lanas finas y superfinas.

Acompañando estas tendencias, se observaron importantes caídas en la población ovina de los principales exportadores de carne ovina y lana (Cuadro 1). Según los distintos escenarios manejados, los pronósticos de evolución del *stock* en los próximos cinco años prevén el mantenimiento o el aumento del número de ovinos y un incremento de la productividad. Buenas señales para el futuro del rubro.

Es importante realizar un análisis más profundo de esta realidad, tomando como ejemplo a Australia y Nueva Zelanda (NZ), preguntándose: la reducción del *stock* de ovinos observada en estos países, ¿tuvo como contrapartida cambios en la orientación productiva, en la productividad y/o en los aspectos tecnológicos del sector?

En Australia, la baja de la producción de lana no fue similar para los diversos rangos de diámetro de la fibra. Las mayores reducciones se dieron en las lanas con diámetros superiores a 19,5 micras. La tendencia es clara para la producción de lanas superfinas y ultrafinas, cuyos volúmenes aumentaron sustancialmente (Cuadro 2). Lo mismo se observa en la producción de lanas finas de NZ, concentrada en la Isla Sur, sobre la base de la raza Merino.

En la producción de carne ovina también se registran cambios muy interesantes (Cuadro 3).

En el Cuadro 4 se presentan las tendencias observadas en NZ en la producción de carne ovina en un período extenso (1986-2007).

Más allá de las diferencias entre Uruguay y estos dos países en cuanto a acceso diferencial a mercados, políticas macroeconómicas, condiciones agroecológicas de producción, estrategias de promoción de productos y procesos, y diferencias culturales, económicas y sociales, etc., es importante destacar elementos y tendencias comunes que hacen a los cambios en productividad y competitividad, y que se observan a nivel

Cuadro 2. Evolución del crecimiento en la comercialización de lanas (tt base limpia) según rango de diámetro de la fibra (DF) en Australia (zafras 1991/1992 vs. 2009/2010) AWTA (2010).

DF (MICRAS)	1991/1992	2009/2010	1991/1992 vs 2009/10%
Ultrafinas (<15.6)	26	1.270	4885%
Superfinas (15.6-18.5)	32.340	75.599	233%
Finas (18.6 - 19.5)	64.958	62.376	-4%
Otras (>19.5)	720.130	224.849	-69%
Total	817.454	364.094	-44.5

Cuadro 3. Evolución de indicadores de la producción de carne ovina en Australia (período 2001-2010).

	2001	2010	CAMBIO (%)
Stock (m)	111,0	68,0	-39,0
Corderos faenados (m)	18,0	18,6	3,3
Peso de la canal (kg)	19,7	21,6	9,6
Producción de carne (miles tt)	353,0	402,0	13,9
Exportación de carne (miles tt)	125,0	186,0	48,8

Cuadro 4. Evolución de indicadores de la producción ovina de Nueva Zelanda en el período 1986-2007 (MAF NZ, 2007).

	1986	2003	2007	CAMBIO (%)
	1986 vs. 2007			
Stock de ovinos (m)	67,0	40,0	40,0	-60
Stock de ovejas (m)	48,0	29,0	29,0	-60
% de señalada	98,	124,0	130,0	33
Corderos faenados (m)	32,0	26,0	27,0	-16
Peso de la canal (kg)	13,0	16,9	17,3	33
Producción (tt equi. canal)	418,0	434,0	468,0	12

Esquema 1. TENDENCIAS COMUNES A NIVEL DE LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS OVINOS DE AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA.

Sistemas de Producción:	
<p>Sistemas de producción especializados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lanas de alto valor. • Producción de carne de calidad. • Mayor precio de tierra e insumos → Mayor productividad. • Mayor medición de procesos y productos. • Diferenciación y agregado de valor. • Falta de mano de obra → Mayor costo. • Falta de RRHH capacitados → Mayor costo. • Tercerización. • Mayor sensibilidad por sustentabilidad ambiental y bienestar animal. • Trazabilidad en proceso. • Certificación de productos y procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Genotipos más eficientes. • Alianzas estratégicas entre agentes de las cadenas textil y cárnica. • Producción de alimentos inocuos y saludables. • Mayor tamaño de los establecimientos. <p>Elementos claves de productividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Especies más productivas. • Valor nutritivo de alimentos. • Fertilización. • Subdivisión/alambrado eléctrico. • Diagnóstico de preñez. • Mejora genética. • Suplementación (Australia). • Automatización.

de los sistemas productivos ovinos (Esquema 1).

De la información documentada en esta nota y otras consultas realizadas, se resaltan los principales cambios en los sistemas

productivos de estos países:

- Se promueve la especialización de la producción de acuerdo a los sistemas de producción predominantes y lo que los mercados demandan.

- Mejora de la eficiencia productiva (principalmente crecimiento) y reproductiva (aprovechando la capacidad de esta especie de generar partos múltiples).
- Incorporación de nuevas innovaciones tecnológicas; se destacan las de alimentación, aumento de la base productiva (forraje y/o suplementos), genéticas, informáticas y de automatización.
- Construcción de alianzas entre los actores de la cadena para promocionar el pago por calidad de productos y procesos.

Recordando enfoques y propuestas...

En el Congreso Del Campo al Plato de noviembre de 2004 (organizado por el LATU, el INAC y el INIA) el INIA presentó una disertación denominada "Oportunidades y desafíos para la carne ovina". Los conceptos y el análisis desarrollados destacan una línea estratégica de propuestas y acciones para mejorar la competitividad del ovino a nivel nacional. Este modelo conceptual generado por el INIA se presenta en el Esquema 2.

Los sistemas de producción y las oportunidades tecnológicas de la ovinocultura uruguaya –potencialmente, no en forma excluyente– se podrían diferenciar en tres sistemas productivos predominantes: extensivos (E; p.e. regiones del Basalto Superficial, y partes superficiales del Cristalino del Centro y del Este), semi-extensivos (SE; p.e. regiones del Cristalino del Este, parte del Cristalino del Centro, Basalto Medio, Areniscas y el Noreste) e intensivos (I; p.e. regiones del Litoral Oeste y Sur, algunas zonas de las regiones del Cristalino del Centro, del Basalto Profundo y de los sistemas arroz-pasturas del Este).

En general, se observa la predominancia del sistema de ciclo completo, con un proceso de cría más especializado, con producción de corderos pesados para exportación, para los sistemas productivos, particularmente en los escenarios SE e I. En cambio, en los sistemas E de producción marginal, la orientación se centrará en la producción de lana de alto valor, con la producción alternativa de corderos (livianos o pesados) dentro del sistema o para su invernada, fuera de él.

Esquema 2. Modelo conceptual propuesto por el INIA para el desarrollo de la producción ovina del Uruguay.

ESPECIALIZACIÓN OVINA: UNA VISIÓN ESTRATÉGICA

Sistemas Extensivos

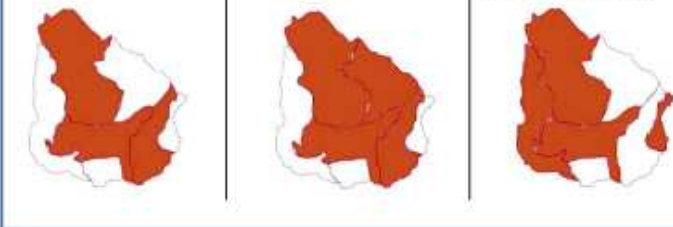
Sistemas de Ciclo Completo (CC):
 a. sin engorde de corderos.
 b. con engorde de corderos con cruzamiento terminal (parcial).
Regiones: Basalto y Cristalino superficial.
Principales productos: LANAS FINAS y SUPERFINAS.
 Carne ovina como subproducto.
Raza: Merino

Sistemas Semi-extensivos

Sistemas de Cría Especializados con engorde de corderos:
 a. sin uso de cruzamiento terminal.
 b. con uso de cruzamiento terminal.
Regiones: Cristalino del Centro y del Este, Basalto, Areniscas y Noreste.
Principales productos: LANA y CARNE.
Razas: doble propósito.

Sistemas Intensivos

Sistemas de Ciclo Completo con producción de corderos de exportación.
 Sistemas especializados de engorde ovino.
Regiones: Litoral Oeste y Sur, Cristalino del Centro y Basalto profundos y Sist. arroz-pasturas.
Principal producto: CARNE de CALIDAD.
Biotipos: de alta tasa reproductiva (CC) y corderos de excelente crecimiento (CC y engorde especializado).



Este enfoque no niega que coexistan subsistemas entre los diferentes escenarios planteados en una misma región ecológica o entre diferentes regiones. Las señales indican que el proceso de especialización continuará, pero en forma diferencial, según las regiones. En la fase primaria, si la especialización ha de continuar, parece claro que es necesario identificar sistemas de producción y demandas tecnológicas específicas para cada uno de ellos.

Es importante tener en cuenta dónde ocurrió el proceso de mayor reducción de la producción ovina en el país (Esquema 3). Utilizando el indicador de UG ovinas/há, se demuestra que la producción ovina se concentra mayoritariamente en el Norte, sobre todo en regiones semi-extensivas y extensivas de producción. Esta información debe tenerse en cuenta al generar propuestas tecnológicas y de incentivos para el desarrollo del sector.

Principales propuestas y productos logrados

Las áreas estratégicas de innovación y los productos obtenidos en el trabajo conjunto del INIA con productores, gremiales, industriales, y organizaciones de investigación y transferencia de tecnología, se concentran en las siguientes temáticas:

- **Mejora de la eficiencia reproductiva de razas de doble propósito.** A través del manejo combinado de la nutrición, el uso de la esquila temprana y la genética en

sistemas ganaderos E y SE, es posible incrementar la eficiencia reproductiva, superando valores de 120% de destete.

- **Nuevos biotipos "prolíficos" y razas "terminales" en sistemas de producción intensivos de carne ovina de calidad: una propuesta innovadora con especial énfasis para pequeños y medianos productores.** Esta propuesta tecnológica, ejecutada en conjunto con CLU, permite alcanzar tasas de destete de más de 150%, con producción de lana y carne ovina por encima de 50 kg/há y 500 kg/há, respectivamente.

- **Producción de lanas finas y superfinas. La propuesta para los suelos más marginales.** Mediante esta iniciativa, con una activa participación de actores privados (p.e. Proyecto Merino Fino del Uruguay y Club de

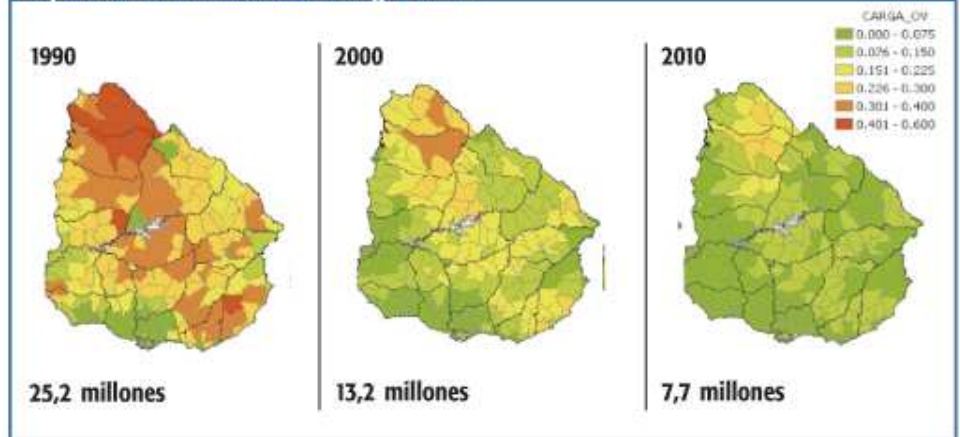
Merino Fino), fue posible desarrollar un nuevo negocio, mediante el que se aumentó de 40.000 a 1.500.000 kg la producción de lanas menores a 19 micras, en diez años.

- **Producción de carne ovina tierna, saludable, inocua y de alta aceptabilidad por parte de los consumidores europeos.** Esta línea de trabajo hace a la evaluación y promoción de la calidad de carne en la Unión Europea, y a la diferenciación y valorización de las carnes uruguayas en relación a su influencia sobre la salud humana. Los estudios demuestran la buena calidad sensorial y gran aceptabilidad de la carne de cordero pesado uruguayo frente a las de Inglaterra, Francia, España y Alemania. También se demostró, contundentemente, las virtudes de la carne uruguayana, por su origen pastoril, en términos de composición lipídica y concentración de vitamina E, lo cual favorece la salud humana.
- **Auditorías de calidad de la canal y de la carne ovina, realizadas por el INIA y el INAC.** Esta actividad fue la primera de su naturaleza a nivel mundial, permitiendo identificar pérdidas productivas y económicas de la cadena cárnica ovina. Al comparar las dos auditorías realizadas (2002/2003 vs. 2007/2008) se observaron mejoras de 50% en cuanto a reducción de pérdidas económicas.
- **Bienestar animal. Un desafío que se nos**

viene. Nuestras acciones se han concentrado en los efectos del transporte y manejo, a nivel del sistema productivo (descole y castración), sobre el bienestar ovino. Esta información inédita nos permite un mejor posicionamiento ante la demanda de los consumidores.

- **Mejoramiento genético ovino y biotecnología aplicada. Un aspecto clave de generación de competitividad para el presente y el futuro.** Dentro del convenio "Sistema Nacional de Mejoramiento Genético Ovino" (INIA, ARU, SUL y FAGRO), se han consolidado las Evaluaciones Genéticas Poblacionales (EGP) en las razas Merino Australiano, Ideal, Corriedale, Romney Marsh, Merilin y Texel, pudiendo así evaluar y comparar las características de producción de lana y carne de mayor importancia económica, entre cabañas y entre años. Se está incorporando el componente económico en el proceso de selección (índices de selección) y el estudio de aspectos reproductivos. Los esfuerzos de futuro estarán centrados en la construcción de un banco de ADN y en la selección genómica, con un complemento de la selección cuantitativa que hoy se hace.
- **Mejora de la competitividad del doble propósito. El cruzamiento: una respuesta rápida a considerar. El ejemplo de los cruzamientos terminales y con el Merino Dohne.** La información generada demuestra el potencial de esta raza, en nuestras condiciones, para la producción de carne de calidad y lanas finas, constituyéndose en un doble propósito fino.
- **Sanidad ovina: una problemática que preocupa, pero para la que se cuenta con respuestas tecnológicas de corto y mediano plazo.** En conjunto con el SUL, la Universidad de la República y las Sociedades de Criadores se ejecuta una serie de proyectos de investigación y desarrollo, buscando solucionar los dos mayores problemas sanitarios de la ganadería ovina: a) *footrot* (manejo, vacunas y resistencia genética-biología molecular); b) parásitos gastrointestinales (evaluación epidemiológica en las diferentes regiones ganaderas, resistencia genética - incorporando información molecular, prueba de nuevos productos antihelmínticos de origen nacional e internacional, control sustentable, etc.). La prevención y el control de los aspectos sanitarios no es un costo, es una inversión de alto rédito.

Esquema 3. Evolución de la carga ovina.



- **Nuevos temas en la cartera de proyectos de innovación del INIA.** Lanasy ultrafinas menores a 15,6 micras, producción de carne ovina de calidad bajo riego, selección genómica para las características de mayor importancia económica, adaptación de la producción ovina al cambio climático, bienestar animal, certificación de productos y procesos, trazabilidad para mercados de alto valor.

Reflexiones finales

En este artículo se ha presentado evidencia de los importantes cambios ocurridos en la producción ovina mundial, donde Uruguay no fue la excepción. Frente a estos desafíos y amenazas, países como NZ y Australia tomaron medidas que determinaron un aumento de la productividad y eficiencia, generando un sector altamente competitivo. Ello demuestra que es posible "producir más y con mayor valor, con menos ovejas".

Desde el punto de vista de los mercados, se observa que los mayores incentivos de precios para la lana se darán en diámetros de fibra cada vez menores, teniendo en cuenta que ésta es una fibra de lujo, dirigida a mercados de altos ingresos.

Este proceso se ha consolidado en el Uruguay, donde existe un pago diferencial, de la industria textil, por diámetro de fibra (y otros componentes de calidad), particularmente en las lanasy por debajo de las 21 micras. Por otra parte, son muy alentadoras las perspectivas de comercialización de carne ovina de calidad en el mundo, aunque el país debe consolidar aún más una corriente exportadora del producto.

Más allá de los temas asociados a la necesidad de acceder a los mercados con venta de carne con hueso, es necesario incrementar la productividad y la oferta de corderos, profundizando y aumentando todos los

mecanismos de incentivos necesarios para que ello ocurra rápidamente.

Disponemos de una población ovina que restringe la capacidad de reacción y de recuperación del rubro. No es momento de divisiones entre los actores, es un lujo que no nos podemos dar. Debemos acercar posiciones y complementar acciones, con la responsabilidad de involucrarnos y participar activamente en el proceso de mejora de la competitividad. Las acciones realizadas en el marco del Plan Estratégico Ovino son una contribución importante para el logro de este objetivo mayor. Estamos frente a una realidad desafiante, pero apasionante y llena de oportunidades.

Los productos del ovino son demandados por consumidores exigentes y de alto poder adquisitivo, que están dispuestos a pagar diferencialmente por la lana y la carne de calidad. Ello nos conduce a reflexionar: ¿actuamos en consecuencia con esta oportunidad, con relación a cómo producimos con nuestras ovejas? De no ser así, ¿están dadas las condiciones para un cambio de mentalidad en la forma en que producimos y encaramos el negocio ovino?

En este sentido, en El País Agropecuario de enero de 2012, nuestro grupo de trabajo realizará una segunda entrega, desarrollando en profundidad una serie de propuestas tecnológicas generadas por el INIA, junto a otros actores relevantes del sector, analizando sus impactos económicos a nivel de los diversos sistemas de producción. ●

Enviamos a todos nuestros mejores deseos para 2012.

Material de consulta. En caso de que el lector quiera profundizar sobre las temáticas abordadas en el presente artículo se recomienda visitar la página web del INIA (www.inia.org.uy).



SERVICIOS PERSONALES EXCLUSIVOS

Cese amparo FONASA por ingresos ejercicio 2011

De conformidad con lo establecido en el art. 70 Ley 18.211, de 5/12/2007, en la redacción dada por el último inciso del art. 12 Ley. 18.731 de 7/1/2011 y el art. 28 Decreto 221/011 de 27/6/2011, **quienes obtengan exclusivamente** ingresos por la prestación de servicios personales fuera de la relación de dependencia **que en el ejercicio fiscal no superen las 30 BPC**, dejarán de recibir el beneficio del Seguro Nacional de Salud a partir del ejercicio siguiente.

Ante tales circunstancias se exponen a continuación los principales aspectos a tener en cuenta:

1. Cómputo mínimo

▪ Ingresos a considerar

Los ingresos se corresponden con el total de los montos facturados sin considerar el IVA1 (importe neto).

▪ Importe

El ejercicio 2011 comprende el lapso 07/2011 a 12/2011, por lo que el mínimo de ingresos es de 15 BPC, que equivalen a **\$ 33.390**.

Si por inicio de actividades el período fuera menor, deberá prorratearse a razón \$5.565 por cada uno de los meses.

Esta información será relevada en la Declaración Jurada Anual, de conformidad con las condiciones que oportunamente se comunicarán.

2. Consecuencias de no alcanzar el mínimo

El trabajador y su familia a cargo dejan de ser beneficiarios del Seguro Nacional de Salud **a partir del 1/1/2012**.

3. Modificaciones a partir de enero del 2012 para quienes no alcanzaron el mínimo

▪ Código de Seguro de Salud

Deberán modificar la información relativa a la cobertura médica pasando a la condición de "No beneficiario", lo que se realiza a través del cambio del código de Se-

guro de Salud desde el mes de cargo enero/2012, atendiendo los siguientes aspectos:

- Código de Seguro de Salud a ingresar: Código 9 para Profesionales y no Profesionales y Código 40 para Escribanos

- Medios disponibles – a través del aplicativo Web "Modificación de Seguro de Salud". Las consultas se canalizan por mail a gafi@bps.gub.uy o por el teléfono 24000151 al 59 internos 2659, 2352 o 2203.

- Plazo - hasta el **10 de enero de 2012**.

En caso de no hacerlo dentro del plazo establecido el contribuyente puede generar deuda por concepto de reintegros mutuales, que corresponden a los importes abonados a los Prestadores de Salud por concepto de afiliaciones indebidas.

▪ Aportes FONASA

A partir del mes de cargo enero del 2012 no deberán realizar aportes por FONASA.

4. Recuperación del beneficio de la cobertura médica

Si en el transcurso del año 2012, el importe de la facturación sin IVA supera las 30 BPC², se recupera el beneficio del SNS para el trabajador y su familia a cargo.

En este caso corresponde:

- Modificar el código de seguro de salud a uno habilitante en calidad de beneficiario de la cobertura médica, en el mes de cargo que se supera dicho importe.
- Realizar los aportes sobre la base imponible de la facturación acumulada, a la cual se le aplicará la alícuota que corresponda según se trate de un contribuyente comprendido en el IRPF o IRAE. Esta obligación será exigible con el vencimiento del mes de cargo en el cual se alcanzó el importe mínimo.

Por mayor información comunicarse a través del teléfono 0800 2001.

1 Tener en cuenta que no se considera el monto gravado informado mensualmente para realizar los aportes.
2 El importe mínimo se calcula considerando el valor de la BPC vigente a enero/2012



Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Oriental del Uruguay Dirección de Inteligencia y Promoción Comercial e Inversiones

Competencias de la Dirección de Inteligencia y Promoción Comercial e Inversiones (Dec. 111/010 del 07 de abril de 2010)

- 1) Orientar a las Misiones y oficinas en el exterior sobre la forma de recabar, actualizar y perfeccionar información sobre empresas interesadas en importar productos uruguayos.
- 2) Centralizar dicha información mediante la creación y mantenimiento de una base de datos.
- 3) Difundir la información en tiempo real a las dependencias del Estado, gremiales empresariales y empresas exportadoras que así lo requieran.
- 4) Apoyar a las Misiones y oficinas en el exterior, otras dependencias de Cancillería y otros organismos competentes del Estado y a las gremiales empresariales, en la organización de misiones empresariales al exterior, así como en la recepción de misiones empresariales extranjeras.
- 5) Elaborar y publicar los directorios, guías o manuales relacionados con su competencia.
- 6) Asesorar a la Dirección General en la materia de su competencia.
- 7) Enlace con el Ministerio de Turismo: cooperación con el Ministerio de Turismo en las actividades de promoción en el exterior.

Objetivos

- Incrementar y diversificar las exportaciones uruguayas de bienes y servicios.
- Búsqueda de nuevos destinos para la colocación de la oferta exportable nacional.
- Asistir a las PYMES -tanto de Montevideo como del interior- que aún no exportan pero que han indicado su intención de poder ingresar a la red mundial de negocios.
- Estimular la captación de inversión extranjera hacia nuestro país.

Productos y servicios que ofrece la Dirección de Inteligencia y Promoción Comercial e Inversiones

- El comportamiento de los mercados internacionales.
- Las condiciones de acceso y requisitos sanitarios, fitosanita-

rios y técnicos en dichos mercados.

- La demanda del exterior para bienes y servicios uruguayos y potenciales contrapartes.
- Las condiciones de competitividad para dichos bienes y servicios a través de estudios de mercado.
- Bases de datos con información sobre empresas extranjeras, así como de las empresas exportadoras uruguayas.
- Atender en tiempo real las consultas de empresarios extranjeros sobre la economía del Uruguay y los bienes y servicios que ofrecen las empresas exportadoras uruguayas.
- Difundir en el exterior, a través de las Embajadas y Consulados del Uruguay, información actualizada sobre la amplia gama de productos uruguayos de exportación.
- Programar y realizar misiones comerciales y rondas de negocios en el exterior.
- Preparar agendas de negocios para empresarios extranjeros que visitan Uruguay y para empresarios uruguayos que viajan al exterior.
- Preparar encuentros empresariales en Uruguay cuando se reciben las visitas de misiones comerciales extranjeras.

El Portal

El Portal de DIPCI ofrece en forma gratuita a todos los empresarios exportadores uruguayos o empresas con potencial exportador, la posibilidad de:

- Formar parte del directorio de exportadores de la DIPCI mediante la inclusión de datos de la empresa respectiva
- Acceder a estudios de mercado
- Realizar consultas on-line
- Obtener información sobre Ferias, Exposiciones, Seminarios, etc.
- Acceder a licitaciones internacionales
- Posibilidad de participación de empresarios nacionales en presentación de Embajadores de la República designados en el exterior previo a su partida al país de destino, así como de aquellos Embajadores de la República que retornan al Uruguay una vez finalizadas sus funciones en el exterior

NUEVO ARANCEL DEL PERÚ 2012

SE INFORMA QUE PERÚ PUBLICÓ EL ÚLTIMO VIERNES 24 DE DICIEMBRE EL DECRETO SUPREMO Nº. 238-2011-EF DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (MEF) QUE SE ADJUNTA, MEDIANTE EL CUAL APRUEBA EL ARANCEL DE ADUANAS 2012 QUE ENTRARÁ EN VIGENCIA EL 1 DE ENERO DEL PRÓXIMO AÑO. POR SU VOLUMEN, EL TEXTO DEL ARANCEL SE PUEDE DESCARGAR EN:

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/index.html>
ESTA APROBACIÓN SE HACE DE ACUERDO A LO ESTIPULADO POR LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES QUE APROBÓ LA NUEVA NOMENCLATURA COMÚN DE LOS PAÍSES MIEMBROS DE

LA COMUNIDAD ANDINA (NANDINA).

ESTA NOMENCLATURA INCORPORA LA QUINTA RECOMENDACIÓN DE ENMIENDA AL SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS, QUE ENTRA EN VIGENCIA TAMBIÉN EN ENERO DEL 2012.

ESTA EMBAJADA AGRADECE LA REMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LA PRESENTE NORMATIVA ANTE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS, GREMIOS EMPRESARIALES Y EMPRESAS EXPORTADORAS QUE TIENEN COMO MERCADO A PERÚ.



Asociación de Consignatarios de Ganado

HACIENDAS

SEMANA DEL 18 AL 24 DE DICIEMBRE DE 2011

COTIZACIONES PROMEDIO FLETE A CARGO DEL COMPRADOR	PRECIOS EN U\$S			
	EN PIE		CARNE EN 2ª BALANZA	
	SEM. ANT.	SEM. ACT.	SEM. ANT.	SEM. ACT.
INDICE FLACO/GORDO ACG: 1,2700				
NOVILLOS GORDOS-Razas carniceras	1,87	1,87	3,53	3,56
VACAS GORDAS-Razas carniceras	1,59	1,58	3,30	3,32
VAQUILLONAS GORDAS	1,70	1,70	3,41	3,45
INDUSTRIA - COTIZ. PROMEDIO, FLETE A CARGO VENDEDOR				
TOROS Y NOVILLOS	1,30	1,34	2,32	2,32
VACAS MANUFACTURA	0,93	0,96	1,90	1,95
CONSERVA	0,75	0,76	1,71	1,73
OVINOS GORDOS				
CORDEROS	S/C	S/C	4,43	4,45
CORDERO PESADO	S/C	S/C	4,20	4,18
BORREGOS	S/C	S/C	4,10	4,05
CAPONES	S/C	S/C	3,63	3,59
OVEJAS	S/C	S/C	3,10	3,06

COMENTARIO:

Vacunos: Con muy poca oferta y escasas operaciones se afirman los valores en todas las categorías. Notoria disminución de los rendimientos. **FELIZ 2012!!!**

Lanares: Disminuyen las nuevas operaciones en todas las categorías.

Nota: Los precios en pie contado son U\$S 0,02 menos que a plazo. Los precios en 2da. balanza contado son U\$S 0,04 menos que a plazo.

REPOSICION

SEMANA DEL 18 AL 24 DE DICIEMBRE DE 2011

PRECIOS PROMEDIO PARA RAZAS CARNICERAS Y SUS CRUZAS A LEVANTAR DEL ESTABLECIMIENTO CON PAGOS HASTA 30 DÍAS
DESTARE PROMEDIO DEL 5% AL 7% S/CONDICIONES CARGA ESTIPULADAS

CATEGORÍA	PESO EN KG		SEM. ANT.	SEM. ACT.
Terneros*	hasta 140	U\$S/kilo	2,40-2,54	2,35-2,55
Terneros*	141 a 200	U\$S/kilo	2,15-2,25	2,20-2,40
Novillitos	201 a 240	U\$S/kilo	2,00-2,06	2,00-2,05
Novillos	241 a 300	U\$S/kilo	1,90-1,97	1,92-2,05
Novillos	301 a 360	U\$S/kilo	1,83-1,87	1,85-1,90
Novillos	más 360	U\$S/kilo	1,80-1,87	1,80-1,92
Terneras	hasta 140	U\$S/kilo	2,00-2,05	2,00-2,12
Terneras	141 a 200	U\$S/kilo	1,90-2,00	1,90-2,00
Vaquillonas	201 a 240	U\$S/kilo	1,75-1,80	1,75-1,85
Vaquillonas	más de 240	U\$S/pieza	1,65-1,80	1,70-1,75
Vaquillonas y Vacas preñadas		U\$S/pieza	550-640	550-650
Vacas de invernada		U\$S/kilo	1,40-1,57	1,40-1,55
Piezas de cría		U\$S/pieza	320-380	350-400

* Los precios de punta de la categoría Terneros corresponde a los Terneros más livianos, destetados y castrados .

COMENTARIO: Poca oferta y escasa operativa

NIDERA URUGUAYA S.A.
*Exportadores de cereales
Oleaginosos y Subproductos*

Rbla. 25 de Agosto de 1825 Nº 440 - P.1º
Teléfonos: 2916 02 79 - 2916 02 88
Fax: 916 28 81

**BARRACA
GONZALEZ LAMELA**

CEREALES - FORRAJES - RACIONES

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

LANASUR S.A.

Industrializadora de Lanas
Uruguayas S.A.

*Elaboración y Exportación de
TOPS, NOILS Y SUBPRODUCTOS*

Camino Vecinal 5620, 12400 Montevideo
Casilla de Correo 807
Tels.: (598)2222 31 21*
Fax: (598)2222 31 39
E.mail:lanasur@lanasur.com.uy

**LANAS TRINIDAD
S.A.**

Exportación Lana Peinada

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

**LAVADERO DE LANAS
BLENGIO S.A.**

Planta industrial:

Ruta 1 Km. 48,800 - Paraje Buschental s/n
80100 Libertad, San José
Tel/fax 4345 4203 - 4345 4445

Administración:

Gral. Fraga 2198 | C.P.:11800 |
Montevideo

e-mail: lavbleng@adinet.com.uy

**THOMAS MORTON
S.A.**

*Exportaciones de Lanas
Importación - Representaciones*

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

ZAMBRANO Y CÍA.

**Consignatarios de Lanas
Negocios Rurales**

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

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

**Exportación y
Peinaduría de Lana**

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

URIMPEX S.A.

Fundada en 1947

MIEL DEL URUGUAY

Exportación - Envasado
Compra-Venta de:

**MIEL - CERA - PROPOLEOS
POLEN - REINAS**

Gral. Pacheco 1123/25 - Tel.:
2924 3249 - Fax: 2924 3275
Tel. gratuito: 0800 1885
E.mail: urimpex@adinet.com.uy

MONTELAN

Scoured wool since 1959

montelan@montelan.com
www.montelan.com
Teléfono: 2309 28 90

MANTAS
DE LANA



MYRIN S.A.

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

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

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

**MOLINO
RIO URUGUAY S.A.**

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

**MOLINO NUEVA
PALMIRA S.A.**

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

**MOLINO
FLORIDA S.A.**

Emilia Pardo Bazán 2351 (Montevideo)
Tels.: 2924 09 01 - 2929 06 55
Fax: 2924 08 91
Avda. Artigas 1295 (Florida)
Tels.: 43522013 - 43522033
Fax: 43524941

FS&A

Fernández Secco & Asociados

PROPIEDAD INTELECTUAL. MARCAS Y PATENTES
Desde 1980

Montevideo · Uruguay · 25 de Mayo 467 Of. 501
Tel: (598) 2916.1913 · Fax: (598) 2916.5740
www.fernandezsecco.com · info@fernandezsecco.com