# LA LECHERA DIGITAL

**OCTUBRE 2026** - AÑO 13 | Nº 86 - FLORIDA - URUGUAY


SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

CONSTRUYENDO FUTURO




# Buenas perspectivas

**La SIAL París dejó un panorama alentador para el futuro de la demanda y precios de los lácteos, mientras que se abren oportunidades para incursionar con nuevos productos con el boom del mercado de los snacks**


COMERCIO EXTERIOR
Argelia vuelve a impulsar las exportaciones de leche en polvo; solicitudes en la primera mitad de octubre superaron las de agosto y setiembre juntos

PRODUCCIÓN
Moderación de primavera no impedirá récord de remisión, mientras que el poder de compra de la leche sigue sin mejorar

EDITORIAL
Más valentía y menos conservadurismo, una reflexión sobre la necesidad de fortalecer el cooperativismo




LA LECHERA
DIGITAL

# sumario

**Editorial**

Más valentía y menos conservadurismo

**Comercio exterior**

Conaprole apuesta a diversificar mercados

Estancias del Lago ve firmeza en la leche en polvo

Argelia vuelve a impulsar las exportaciones de leche en polvo

**Producción**

Pese a moderación en primavera, la remisión será récord

Beef on dairy se consolida en Estancias del Lago

**Economía**

Poder de compra sin repunte

**Regionales**

Tonadita prepara su desembarco en las góndolas

**Tendencias**

Oportunidades en el mercado de snacks

Salud, sabor y precio marcan las preferencias

**Mercado internacional**

La UE reduciría sus exportaciones de lácteos en 2027

**Internacionales**

Robusta inversión de la industria láctea en EEUU

**Educación**

UTEC abre oportunidad para cadena láctea en Florida



# LA LECHERA

# comisión

SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

CONSTRUYENDO FUTURO

## COMISIÓN DIRECTIVA PERIODO 2025 - 2027

| | Titulares | Suplentes |
|---|---|---|
| **Presidente** | Fernando Lugea | Ing. Agr. Carlos Sierra |
| | Alejandro Pacheco | Sergio Abreu |
| | Fabián Hernández | Alejandro Mutuberría |
| | Luis Luengo | Marcelo Rodríguez |
| | Gustavo Bianco | Alfonso Crosa |
| | Niber Díaz | Daniel Fojo |
| | Federico Arrillaga | Dr. Elías Leguísamo |
| | Inés Del Valle | Antonio Rodríguez |
| | Héctor Javiel | Dra. Irene Cruz |
| | Horacio Rodríguez | Ignacio Fontes |
| | Diego Machín | Marcelo Martínez |
| | Rodrigo Estefan | Dr. Emiliano Mutuberría |
| | Gabriel Soutto | Mathías Long |
| | Atilio Sastre | Roberto Fernández |
| | Cono López | Facundo Scalabrino |

## COMISIÓN FISCAL

| | Titulares | Suplentes |
|---|---|---|
| **Presidente** | Javier González | Ing. Agr. Hermes Filippini |
| | Dardo Movacel | Francisco Crosa |
| | Dr. Gonzalo Iglesias | Álvaro Eyheralde |

DSR
ESCRITORIO DI SANTI

# 20 Toros PI

en edad de servicio
de cabaña

CABAÑA EL CHIVO
Antognazza Hnos.

VIERNES
## 6 DE NOVIEMBRE
Hora 16:00

LOCAL CARDAL
El Mercado Del Ganado Lechero

en el marco de
FIESTA NACIONAL de la Leche
CARDAL - FLORIDA

FLETE GRATIS PARA TOROS

# 500 Holando y Jersey
de productores invitados

Nos acompañará por primera vez, la Escuela Agraria de San Ramón, con excelentes terneras Holando SH generación.

Pista y pantalla

Asociación de Criadores de Holando Uruguay

Artista: Sofía Arias / @chofaarias

Transmisión por:

CLIC RURAL
DIRECTV Canal 644
DSR ESCRITORIO DI SANTI
Retransmite CHARRÚA TV

www.dsr.uy

**PLAZOS**

Con línea vigente.
Ganados por pista 180 días o 4%.
Pantalla 90 días o 2%.

Remata:
DSR
ESCRITORIO DI SANTI

**Departamento de Maquinarias y Equipos de Lechería – 091 278 386**

Gallinal 752 esq. Cardozo, Florida - Tel.: 4353 1618 - 4352 1570 / Avda. Artigas, Villa Cardal - Tel. 4339 8233

¡Nos encontramos en la
FIESTA DE LA LECHE 2026

**Este 6, 7 y 8 de noviembre, Escritorio Di Santi** también te invita a compartir tres días de fiesta en Cardal, punto de encuentro de la lechería uruguaya.



# Más valentía y menos conservadurismo

**Ante una nueva elección en Conaprole, una reflexión sobre la necesidad de fortalecer el cooperativismo, defender a los productores más pequeños y avanzar hacia una lechería con más oportunidades para todos**

*Por Fernando Lugea, presidente de la SPLF*




Acercándose una nueva elección en nuestra cooperativa, desearía que el nuevo directorio (cualquiera sea su integración) no se deje dominar por el conservadurismo, tenga más acción, más valentía, sea más pro tambero y tenga una mirada más amplia y solidaria sobre toda la lechería nacional.

Hoy tenemos una cooperativa fuerte, pero pagando el alto costo de contar cada año con menos productores. Esto nos lleva a una concentración en distintos eslabones que, más acá o más allá, nos va a pasar factura.

Algunas normativas internas obsoletas, por ejemplo, valorar de diferente manera el voto de sus socios. ¿Cómo se vería ese ejemplo de cooperativismo en el mundo?

Nosotros, que en las ocasiones que nos favorece sacamos la bandera del pequeño y mediano productor familiar.

Un directorio desequilibrado en su conformación, que al parecer deja poco margen de movimiento a su quinto integrante. Un órgano deliberativo, en general, funcional, que no cuestiona, que no propone, que no aporta.

Permanentemente escuchamos a analistas y técnicos de todo el mundo dar relevancia a la necesidad de diversificar el destino de las exportaciones, de lograr una cartera de productos de alta demanda y que, además, generen mayor valor agregado.

Se volvió a escuchar en estos días sobre el programa orgánico de la neozelandesa Fonterra, que consiste en producir leche bajo determinadas normas, logrando así certificar esa producción como orgánica. De esa forma, se atiende a los consumidores que valoran esos productos y los productores consiguen por su leche, en ese caso, un 46% más que el precio estándar.

Imaginemos lo que sería para nuestra lechería transitar ese camino, dando prioridad a los productores más pequeños (que, además, parece lógico que probablemente sean los que tengan mayor adaptabilidad a ese tipo de producción).

Lograr que el negocio sea para todos los socios, independientemente de que haya capacidad de conseguir o no volumen.

Sé que tenemos una buena lechería, pero también sé que nadie se atrevería a decir que no es posible mejorarla muchísimo más. Todos los que estamos en la lechería somos responsables, en diferente grado, de su futuro. No creo que solamente sea porteras adentro; porteras afuera también hay muchísimo que hacer. Acercarse solidariamente al trabajo gremial es una linda oportunidad de incidir positivamente en nuestro futuro.

agrobal | Xtract® Ruminant

# ¡Hola, **Xtract Ruminant**!

Mismo modo de acción que la monensina. **Probado a nivel molecular**






agrobal.net

Andrés Oyhenard - andres@tardaguila.com.uy


# Conaprole apuesta a diversificar mercados

**La mayor producción de leche obliga a la cooperativa a reforzar su capacidad industrial y comercial. Su gerente general, Gabriel Valdés, destacó la recuperación de las compras de Argelia, la importancia de Brasil y la necesidad de prepararse para un mercado con oscilaciones**

*Desde SIAL París*




El crecimiento de la producción de leche en Uruguay plantea nuevas exigencias para Conaprole. No se trata solamente de recibir y procesar un mayor volumen, sino también de encontrar compradores, financiar la operativa y sostener relaciones comerciales en un mercado internacional que puede cambiar rápidamente.

Durante la feria SIAL París, el gerente general de Conaprole, Gabriel Valdés, explicó a La Lechera a que la cooperativa viene trabajando para responder a ese escenario. La perspectiva de

que la producción continúe en expansión durante los próximos dos o tres años ya motivó decisiones de inversión.

El ejecutivo destacó la importancia de contar con una estructura comercial diversificada. Actualmente, Conaprole vende sus productos en unos 75 mercados, una presencia que permite distribuir riesgos y aprovechar oportunidades cuando determinados destinos mejoran sus condiciones de compra.

"A mí me gusta decir todas las puertas abiertas", resumió Valdés. La estrategia responde a una particularidad del negocio lechero: la producción no se detiene cuando los mercados atraviesan dificultades y es necesario mantener alternativas de colocación durante todo el año.

## Argelia recuperó protagonismo

Uno de los movimientos comerciales más relevantes de las últimas semanas fue la reactivación de Argelia, un destino de gran importancia para las exportaciones lácteas uruguayas.

Después de un período de dos o tres meses con dificultades para obtener licencias de importación, el mercado comenzó a mostrar una actividad mucho mayor. Según Valdés, las autorizaciones se liberaron durante las semanas previas a la feria y permitieron retomar las operaciones.

**"A mí me gusta decir todas las puertas abiertas"**

"Está hiperactivo", afirmó el gerente general, quien señaló que Argelia pasó a ofrecer algunos de los mejores valores del mercado internacional.

Sin embargo, la experiencia también confirma los riesgos de concentrar las ventas en pocos compradores. Por eso, Conaprole procura mantener una presencia activa en Medio Oriente, el sudeste asiático y otros mercados africanos, incluso cuando las oportunidades de precios son más atractivas en Argelia.

El objetivo es combinar el aprovechamiento de los mejores negocios disponibles con una estructura de destinos que permita sostener las exportaciones cuando alguno de ellos reduce sus compras.

## Brasil seguirá siendo estratégico

Brasil mantiene un lugar central en la estrategia comercial de Conaprole. Históricamente, ha representado entre el 20% y el 25% de las exportaciones de la cooperativa, aunque esa participación varía según las condiciones de cada año.

Valdés considera que el crecimiento del consumo brasileño ofrece oportunidades de largo plazo. Conaprole cuenta con una oficina comercial, un depósito en el sur del país y un equipo dedicado a desarrollar los negocios en ese mercado.

También destacó la relación construida con grandes industrias lácteas internacionales que operan en Brasil y que utilizan productos de la cooperativa uruguaya.

**Brasil ha representado históricamente entre el 20% y el 25% de las exportaciones de la cooperativa**

Ese vínculo comercial convive con la incertidumbre generada por la investigación brasileña sobre presunto dumping en las exportaciones de leche en polvo.

Valdés reiteró que Conaprole rechaza los cuestionamientos y sostuvo que los precios de exportación deben analizarse considerando las particularidades de Uruguay, donde el mercado interno absorbe una proporción reducida de la producción.

“Uruguay no hace dumping”, afirmó. La cooperativa presentó nueva información ante las autoridades brasileñas el 3 de octubre y continúa a la espera de una resolución del procedimiento, que podría extenderse hasta diciembre.

# Inversiones y eficiencia frente a la volatilidad

La posibilidad de producir más leche abre oportunidades, pero también aumenta la exposición a las oscilaciones internacionales. Valdés advirtió que el mercado puede registrar variaciones superiores al 10% en períodos de apenas uno o dos meses, lo que dificulta anticipar la evolución del precio al productor.

**“Tenemos que seguir trabajando todas las variables manejables, todas las variables de costos, todas las variables de energía”**

En ese contexto, consideró fundamental trabajar sobre los aspectos que la cooperativa puede controlar, desde los costos industriales y energéticos hasta la eficiencia de las inversiones.

“Tenemos que seguir trabajando todas las variables manejables, todas las variables de costos, todas las variables de energía”, sostuvo.

Sobre el acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea, reconoció que Conaprole mantiene una posición cautelosa. El proceso de desgravación previsto es gradual y no espera cambios comerciales importantes durante los primeros años. De todos modos, la cooperativa analiza posibles negocios y complementariedades con empresas europeas.

Valdés transmitió una visión favorable sobre las posibilidades de la lechería uruguaya en el largo plazo. Considera que el país cuenta con condiciones productivas, tecnología y reconocimiento internacional para competir, particularmente en leche en polvo entera.

“Las perspectivas de largo plazo son siempre muy buenas”, afirmó. El desafío, señaló, es sostener esa posición con eficiencia, inversiones responsables y una red comercial capaz de responder tanto a los períodos de buenos precios como a las dificultades que puedan surgir.

# Aliados de tu producción

**Ponemos nuestra maquinaria y experiencia al servicio de cada trabajo, acompañándote con soluciones confiables.**

**Servicios:**

- Siembra directa
- Pulverización
- Laboreos convencionales
- Caminería
- Gestión de efluentes líquidos y sólidos



SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

Construyendo Futuro

Andrés Oyhenard - andres@lardaguila.com.uy


# Estancias del Lago ve firmeza en la leche en polvo

**Martín Berrutti, gerente comercial de Estancias del Lago, dijo que la demanda internacional se mantiene sostenida y no visualiza una caída de los precios; la empresa apuesta a ampliar los negocios con México**

*Desde SIAL París*




El mercado internacional de leche en polvo muestra señales de firmeza, con una demanda sostenida y una disponibilidad de producto que, según los operadores, continúa ajustada. Esa es la lectura que realizó Martín Berrutti, gerente comercial de Estancias del Lago, tras las conversaciones mantenidas con compradores, traders y otras empresas del sector durante SIAL París. "Veo firmeza en el mercado, veo firmeza en los compradores y veo un precio creciente", afirmó a **La Lechera**.

Aunque reconoció que las perspectivas pueden cambiar, Berrutti consideró que las condiciones actuales no anticipan una corrección significativa a la baja en las cotizaciones internacionales. La combinación de una demanda activa y restricciones de oferta constituye, a su juicio, un respaldo para los valores de la leche en polvo.

El ejecutivo también hizo referencia a la particular situación de la leche en polvo descremada, que ha llegado a cotizar por encima de la entera. Atribuyó esa diferencia a factores de oferta y demanda, entre ellos una menor producción en Europa y Estados Unidos, así como cambios en las preferencias de consumo.

## Medio Oriente gana protagonismo

La diversificación comercial ha sido uno de los principales ejes de Estancias del Lago durante los últimos años. Aunque Argelia y Brasil continúan siendo mercados naturales para la industria láctea uruguaya, la empresa ha buscado reducir su dependencia de esos destinos.

Actualmente, buena parte de su estrategia comercial está concentrada en Medio Oriente, con clientes en Arabia Saudita, Egipto, Emiratos Árabes Unidos y Qatar.

Berrutti apuntó que la participación en ferias internacionales permitió identificar compradores que valoran las características de su producto y construir relaciones comerciales de largo plazo.

> **“Hemos buscado compradores que entiendan el tipo de producto que nosotros tenemos”**

“Hemos buscado compradores que entiendan el tipo de producto que nosotros tenemos y los hemos fidelizado de esa forma”, comentó.

Esa estrategia le permite evitar una competencia centrada exclusivamente en el precio, como ocurre habitualmente en las licitaciones de Argelia.

De todos modos, valoró positivamente la reciente liberación de licencias de importación argelinas, conocidas como derogacio-

nes, que permitió destrabar embarques de leche en polvo uruguaya que permanecían almacenados a la espera de las autorizaciones.

“Ha sido una buena noticia para la industria nacional”, dijo, aunque aclaró que Estancias del Lago lleva tiempo sin exportar a ese mercado y que su impacto directo sobre la empresa es limitado.

## México necesita mayor cuota

México aparece como otro destino con posibilidades de crecimiento para la leche en polvo entera uruguaya. Berrutti recordó que el acceso contempla un cupo de 5.000 toneladas para producto en bolsas de 25 kilos y otras 500 toneladas para presentaciones fraccionadas.

Estancias del Lago viene desarrollando ese mercado desde hace tiempo, con embarques mensuales de entre 200 y 300 toneladas.

El ejecutivo sostuvo que la demanda mexicana muestra una evolución favorable, pero advirtió que las condiciones actuales de acceso pueden convertirse en una limitante.

**“Las 5.000 toneladas de México realmente no van a alcanzar para la colocación de la leche de Uruguay”**

“Las 5.000 toneladas realmente no van a alcanzar para la colocación de la leche de Uruguay”, aseguró.

Si bien México es un importante comprador de leche en polvo descremada, principalmente de origen estadounidense, Berrutti observó un interés creciente por la leche en polvo entera.

Por ese motivo, consideró necesario avanzar en una ampliación del cupo. Indicó que existen gestiones con el gobierno uruguayo y contactos diplomáticos orientados a mejorar las condiciones comerciales.

“Realmente necesitamos un aumento porque es un mercado que viene a más”, apuntó.

## Brasil mantiene compras selectivas

En Brasil, el escenario comercial ha sido menos dinámico. Berrutti describió un mercado relativamente tibio para los lácteos uruguayos, aunque Estancias del Lago mantiene negocios con un grupo de clientes importantes.

La empresa sostiene una política de visitas comerciales frecuentes al país vecino, lo que le ha permitido conservar esas relaciones incluso en períodos de oscilaciones cambiarias. También mencionó las lluvias recientes en Rio Grande do Sul, estado que representa, según sus referencias, entre 15% y 17% de la producción láctea brasileña.

**“Veo firmeza en el mercado, veo firmeza en los compradores y veo un precio creciente”**

Más allá de las particularidades de cada destino, Berrutti insistió en que el panorama internacional sigue siendo favorable para los exportadores de leche en polvo.

“Nadie sabe qué va a ocurrir en el futuro”, reconoció, pero agregó que el contacto con compradores y competidores durante SIAL reafirmó su expectativa de un mercado firme, sin señales de una caída importante de precios.

PGG Wrightson Seeds

ACA Asociación de Cooperativas Argentinas

# ELEGÍ TU PRÓXIMO CULTIVO DE VERANO


comercial@pgw.com.uy

pgw.com.uy

@pggwrightsonseeds.uy

@PGGWrightson_UY






Rafael Tardáguila - rafael@tardaguila.com.uy



# Argelia vuelve a impulsar las exportaciones de leche en polvo

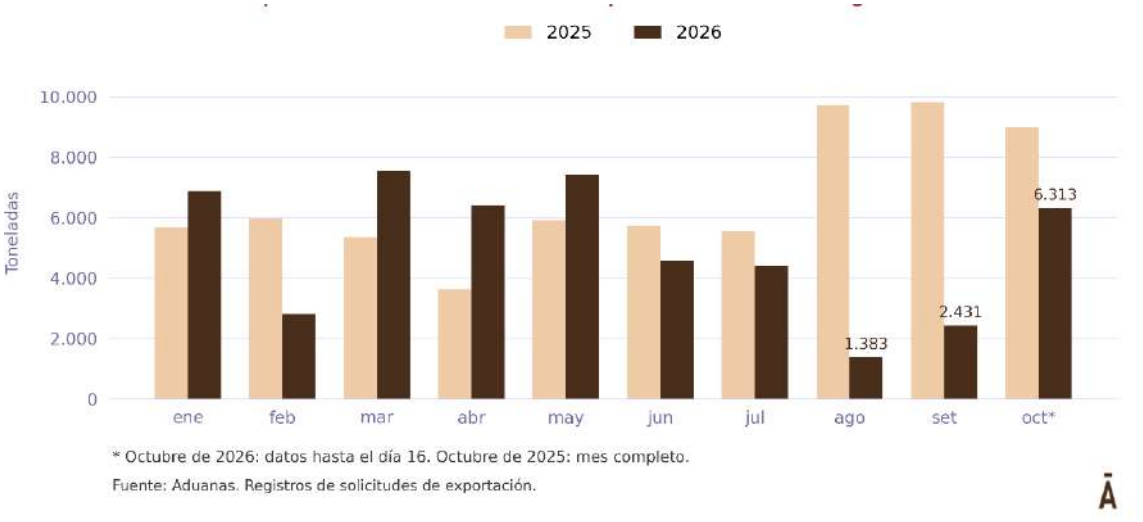
## Las solicitudes hacia el país africano en la primera mitad de octubre superaron las de agosto y setiembre juntos

Las colocaciones uruguayas de leche en polvo entera en Argelia recuperaron fluidez en octubre, luego de las dificultades logísticas que habían reducido los embarques durante los meses anteriores.

Hasta el 16 de octubre, las solicitudes de exportación hacia ese mercado sumaban 6.313 toneladas, por encima de las 3.814 toneladas acumuladas entre agosto y setiembre.

El repunte devolvió a Argelia el primer lugar entre los destinos de la leche en polvo entera uruguaya. En la primera mitad de octubre concentró 44% del volumen, frente a 13% en agosto y 17% en setiembre. El monto de las solicitudes alcanzó casi US$ 23 millones, con un valor medio de US$/t 3.642.

### Exportaciones de leche en polvo entera a Argelia




* Octubre de 2026: datos hasta el día 16. Octubre de 2025: mes completo.

Fuente: Aduanas. Registros de solicitudes de exportación.

Los datos son consistentes con la expectativa que había transmitido el director de Conaprole, Juan Parra, en la edición anterior de La Lechera. El ejecutivo había señalado que existían cargas previstas para Argelia que no habían podido concretarse porque algunos barcos pasaron de largo sin recalar en el conflictivo puerto de Montevideo, pero confiaba en despacharlas durante las semanas siguientes. Las nuevas cifras sugieren una normalización de la corriente comercial.

La recuperación de Argelia tuvo un impacto significativo sobre las colocaciones totales del principal producto de exportación de la lechería uruguaya. Hasta el 16 de octubre se habían registrado solicitudes por 14.388 toneladas de leche en polvo entera, una cantidad que ya superaba las 14.102 toneladas de todo setiembre y las 10.882 de agosto.

Brasil quedó como segundo destino en la primera mitad de octubre, con 2.839 toneladas, seguido por Nigeria, con 1.337 toneladas. Este último mercado mantiene una presencia relevante: había adquirido 1.066 toneladas en setiembre y 906 en agosto.

El aumento de los volúmenes, sin embargo, convive con un debilitamiento de los valores medios. La leche en polvo entera promedió US$/t 3.659 en la primera mitad de octubre, 1,3% menos que en setiembre y 3,6% por debajo de julio, cuando había alcanzado US$/t 3.795. El aumento en el ingreso de divisas responde, por lo tanto, a una mayor cantidad colocada.

## Setiembre ya había mostrado una recuperación

Antes del repunte de octubre, las exportaciones totales de lácteos habían recuperado terreno en setiembre. Las solicitudes sumaron 22.598 toneladas, un aumento mensual de 34,7%, mientras que el monto creció 27,9%, a US$ 79,1 millones.

Brasil fue el principal destino del mes, con compras por US$ 29,9 millones, equivalentes a casi 38% del ingreso total. Argelia ocupó el segundo lugar, con US$ 8,9 millones, seguida por Nigeria, Sudáfrica y Mauritania.

El valor medio del conjunto de los productos bajó de US$/t 3.687 en agosto a US$/t 3.501 en setiembre. A diferencia de lo ocurrido con el volumen, la recuperación del ingreso no estuvo acompañada por una mejora de esta referencia, que también depende de la composición de los productos exportados.

Las cifras de octubre son parciales y corresponden a solicitudes de exportación, por lo que pueden diferir de los embarques finalmente cumplidos.




## Se duplicaron las colocaciones de leche en polvo descremada

La leche en polvo descremada fue otro de los productos que contribuyeron a la recuperación de las exportaciones en setiembre. Las solicitudes sumaron 2.647 toneladas, más del doble de las 1.246 toneladas de agosto.

El aumento del volumen se produjo con un valor medio estable de US$/t 3.520. El monto exportado pasó de US$ 4,4 millones a US$ 9,3 millones y explicó cerca de 29% del incremento mensual del ingreso total por ventas de lácteos.

En la primera mitad de octubre, las solicitudes de este producto alcanzaban 1.468 toneladas, por US$ 5,2 millones, a un promedio de US$/t 3.539.

NUTEX | BIO AGRO

# Impulsando tu producción hacia una agricultura más sustentable

## I+D: un pilar fundamental de Nutex Bioagro

+30 ENSAYOS QUE RESPALDAN
LA AGRICULTURA SUSTENTABLE




BIO AGRO

NORSUS
NUTRICIÓN ORGÁNICA SUSTENTABLE

ASESORAMIENTO INTEGRAL

Conocé la línea de fertilizantes y bioestimulantes

NUTEX

nutex.uruguay

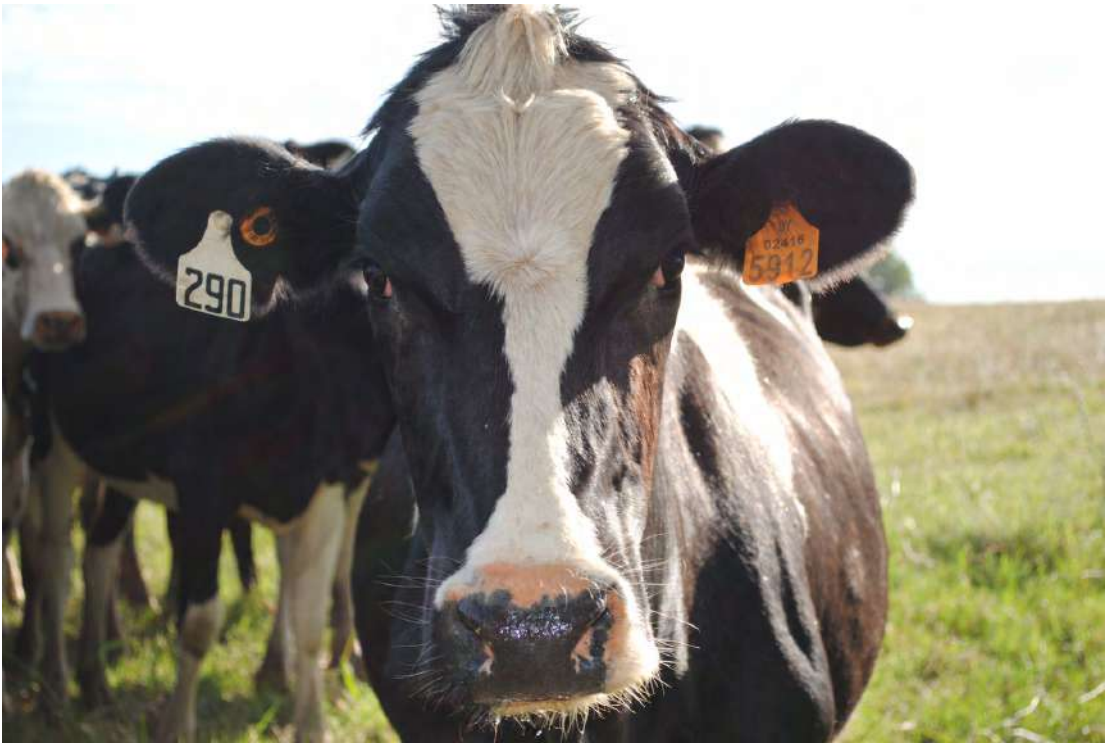
098 845 914

Ruta 101 km 30.400 Barros Blancos Canelones


Rafael Tardáguila - rafael@tardaguila.com.uy


# Pese a moderación en primavera, la remisión será récord

## El aumento anual bajó a 1,8% en agosto y 2,8% en setiembre, pero esto no evitará que 2026 cierre con un crecimiento de al menos 6% o 7% anual




Las condiciones climáticas mayoritariamente secas de agosto y setiembre moderaron el crecimiento de la remisión de leche a las plantas industriales. Luego de siete meses con un aumento acumulado de 10,5% respecto al año anterior, la diferencia se redujo significativamente durante el último bimestre, aunque los volúmenes continuaron por encima de los de 2025.

En agosto, las industrias recibieron 217,6 millones de litros, 1,8% más que un año antes, de acuerdo con datos informados por el Instituto Nacional de la Leche (Inale). En setiembre la remisión alcanzó 228,7 millones de litros, con un crecimiento

anual de 2,8%. En conjunto, ambos meses superaron en 2,3% el volumen del mismo período del año pasado, lejos de los incrementos de dos dígitos registrados entre marzo y julio.

La desaceleración se produjo, además, frente a una base de comparación exigente. Agosto y setiembre de 2025 ya habían marcado máximos para esos meses. Pese a las dificultades climáticas, ambos registros volvieron a superarse este año.

Las condiciones climáticas de octubre, con días fríos para la primavera y mayoritariamente nublados, no permitieron que las pasturas expresen todo su potencial, lo que llevó a moderar las expectativas del pico de remisión de la presente primavera. De todas formas, los registros iniciales apuntan a un aumento de la brecha respecto al dato del mismo mes de 2025.

**Las condiciones climáticas de octubre, con días fríos para la primavera y mayoritariamente nublados, no permitieron que las pasturas expresen todo su potencial**

En los primeros nueve meses de 2026, la remisión acumuló 1.684,8 millones de litros, un aumento de 8,2% respecto al mismo período de 2025. La diferencia equivale a 127,4 millones de litros adicionales recibidos por las industrias.

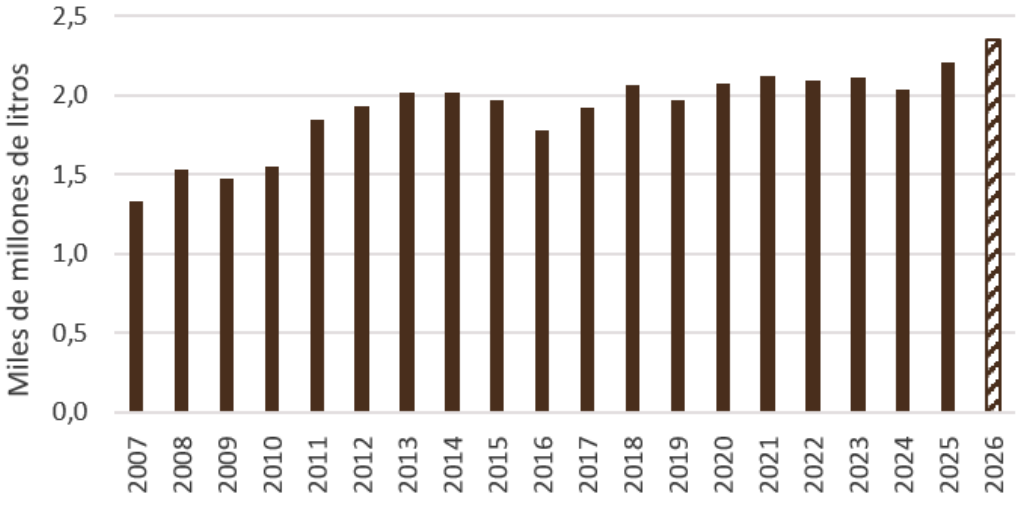
Con ese volumen acumulado, el año se encamina a superar el récord de 2025, cuando la remisión totalizó 2.211,7 millones de litros. Una proyección conservadora que suponga un crecimiento de entre 2% y 3% para el último trimestre —similar al observado en agosto-setiembre— ubica el cierre de 2026 entre 2.352 y 2.359 millones de litros. Esto representaría un aumento anual de entre 6,4% y 6,6%.

**En los primeros nueve meses de 2026, la remisión acumuló 1.684,8 millones de litros, un aumento de 8,2% respecto al mismo período de 2025**

Se trata de un ejercicio de proyección, condicionado por la evolución del clima y de la producción durante la primavera. De todos modos, incluso si entre octubre y diciembre se repitiera exactamente el volumen del último trimestre de 2025, el año cerraría con 2.339 millones de litros, un crecimiento de 5,8% y un nuevo máximo histórico.

El margen acumulado es considerable: para no superar el récord anterior, la remisión del último trimestre tendría que caer alrededor de 19,5% interanual. Así, el principal interrogante pasa por la magnitud del crecimiento con el que terminará el año.

## Remisión anual de leche




Fuente: en base a Inale; 2026 proyección TA

# Recriar bien es producir mejor

**Un sistema de recría diseñado para acompañar el desarrollo del ganado con eficiencia, experiencia y adaptación a cada productor.**

- Sistema tradicional e intensivo
- **Más de 70.000** terneras recriadas
- **Más de 100 usuarios**
- Bienestar animal



SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

Construyendo Futuro

PACK Tambo

DESINFECCIÓN Y DETERGENCIA EN TAMBOS



# LIMPIEZA DE LA MÁQUINA DE ORDEÑE

Pack tambo esta especialmente diseñado para contribuir con las necesidades actuales de la industria.

SIN FÓSFORO, NI NITROGENO.
ULTRACLEAN®

Nueva línea

ECO PACK Tambo

FUNCIONA CON Agua CALIENTE O FRÍA




**DETERGENCIA SUSTENTABLE**

Desarrollo motivado por el ahorro de energía, de agua y la protección del medio ambiente.

CONTIENE: Aktiv-plus

nortesur NS

GARANTÍAS E INNOVACIÓN PARA CADA INDUSTRIA

nortesur.com.uy

Andrés Oyhenard - andres@tardaguila.com.uy


# Beef on dairy se consolida en Estancias del Lago

**La empresa, que ordeña 13.800 vacas y produce casi 600 mil litros diarios, avanza en el uso de genética carnicera sobre parte de su rodeo. El negocio de los terneros para carne y las inversiones en riego forman parte de una estrategia para mejorar la eficiencia y rentabilidad del sistema**




En Estancias del Lago, la producción de carne a partir del rodeo lechero dejó de ser una actividad secundaria para convertirse en una alternativa de negocio. La empresa, ubicada en Durazno, desarrolla un sistema intensivo de cría y engorde de terneros machos, al tiempo que incorpora cruzamientos con razas carniceras para mejorar el valor de los animales destinados a faena.
José Pedro Sánchez, director de Operaciones de Estancias del Lago, explicó a La Lechera durante la feria SIAL París, que esta actividad comenzó hace más de cuatro años, inicialmente con el objetivo de evitar el sacrificio de los terneros machos recién nacidos.

Actualmente, todos los machos, tanto Holando como provenientes de cruzamientos con razas carniceras, ingresan a un sistema de alimentación intensiva. Los animales permanecen en corrales desde el nacimiento hasta alcanzar aproximadamente 380 kilos, entre los nueve y diez meses de edad, con ganancias diarias superiores a 1,2 kilos.

La evolución del sistema abrió nuevas posibilidades comerciales. Algunos corrales de engorde y frigoríficos comenzaron a adquirir estos animales para continuar su terminación, con pesos finales que pueden alcanzar los 650 kilos.

## Genómica para producir leche y carne

El desarrollo del beef on dairy se apoya en una estrategia de selección genética que busca aprovechar mejor las características de cada animal del rodeo.

Sánchez explicó que Estancias del Lago tiene la totalidad de sus vacas evaluadas mediante genómica, lo que permite identificar cuáles presentan mayor potencial para transmitir características vinculadas a la producción de leche.

Las mejores hembras se destinan a generar la reposición del establecimiento, principalmente mediante inseminación con semen sexado y, en algunos casos, a través de embriones. En cambio, las vacas de menor mérito genético lechero se inseminan con genética carnicera.

De esta manera, la empresa procura asegurar la calidad de sus futuras vacas lecheras y, al mismo tiempo, obtener terneros con mejores condiciones para la producción de carne.

Los cruzamientos permiten mejorar las ganancias de peso, la eficiencia de conversión y determinadas características de calidad de carne, especialmente el marmoleo.

El planteo representa una forma de diversificar los ingresos del establecimiento a partir de animales que tradicionalmente tenían un valor comercial reducido dentro de los sistemas lecheros.

## Casi 600 mil litros diarios

El desarrollo del negocio de carne se complementa con un sistema lechero de alta productividad. Actualmente, Estancias del Lago ordeña 13.800 vacas, con una producción individual cercana a los 43 litros diarios.

“Estamos con una producción de casi 43 litros promedio, con muy buenos sólidos”, destacó Sánchez.

La leche presenta contenidos próximos al 5% de grasa y 3,7% de proteína, indicadores que contribuyen a mejorar el rendimiento industrial.

**Los terneros machos alcanzan unos 380 kilos entre los nueve y diez meses, con ganancias superiores a 1,2 kilos diarios**

La producción total se aproxima a los 600 mil litros diarios, de los cuales unos 540 mil se destinan a la elaboración de leche en polvo entera. El excedente, equivalente a dos o tres cisternas por día, se comercializa con otras industrias del mercado local.

Por el momento, la empresa no proyecta ampliar su capacidad de secado. Sánchez explicó que una nueva planta industrial requeriría un volumen adicional cercano a los 500 mil litros diarios, muy superior al excedente actual.

## El riego como prioridad de inversión

Las inversiones previstas se concentran en mejorar la eficiencia de la producción primaria, particularmente mediante la incorporación de riego para los cultivos destinados a la alimentación del rodeo.

Según Sánchez, esta tecnología permite alcanzar rendimientos de ensilaje cercanos al doble de los obtenidos sin riego, con costos de producción entre 20% y 30% inferiores.

“Hoy no estamos viendo mejor inversión para nosotros en términos de eficiencia que el riego”, afirmó.

La alimentación representa actualmente entre 58% y 60% de los costos totales del sistema, frente a niveles próximos al 50% durante el año pasado. El incremento responde, en buena medida, al encarecimiento del maíz, cuyo valor se ubica alrededor de US$/t 250.

En el plano agrícola, la empresa logró una buena zafra de ensilaje de raigrás y completó las siembras de maíz previstas para setiembre. Sin embargo, las lluvias y la falta de sol durante octubre retrasaron la cosecha de silos de trigo, con cierta pérdida de calidad, y dificultaron el avance de las siembras de maíz y soja.

La empresa también continúa mejorando la infraestructura para el rodeo. Entre las obras recientes se encuentra un establo con pistas de arena y capacidad para 700 vacas, ubicado en el sector denominado El Mirador.

## El equipo humano como parte del sistema

Estancias del Lago genera 630 empleos directos en Durazno y, al considerar contratistas y servicios vinculados, se aproxima a los mil puestos de trabajo.

Más del 30% del personal ocupa posiciones técnicas o de responsabilidad, muchas de ellas desempeñadas por trabajadores que se formaron dentro de la propia empresa.

“Creo que gran parte del éxito de esta empresa es la postura de dueño que tiene nuestra gente”, destacó Sánchez.

El ejecutivo señaló que los indicadores de permanencia, satisfacción y ausentismo del personal son aspectos centrales para sostener los niveles de productividad y eficiencia alcanzados.

# UNA OPORTUNIDAD PARA AMPLIAR TU HORIZONTE

## BANCO REPÚBLICA FINANCIA LA COMPRA DE TU PRÓXIMO CAMPO.

- En dólares o Unidades Indexadas, con un cronograma de pagos adaptado a las necesidades de tu empresa y hasta 2 años de gracia.
- Para productores agropecuarios del Programa Pymes: hasta el 90% de la compra, con un plazo máximo de 30 años (sujeto a disponibilidad de cupo).
- Para grandes y medianas empresas: hasta el 70% de la compra, con un plazo máximo de 15 años.



*Sujeto a aprobación crediticia.

Informate y agendá tu atención en **brou.com.uy** opción Empresas.

BANCO REPÚBLICA | 130 ANIVERSARIO

# Poder de compra sin repunte

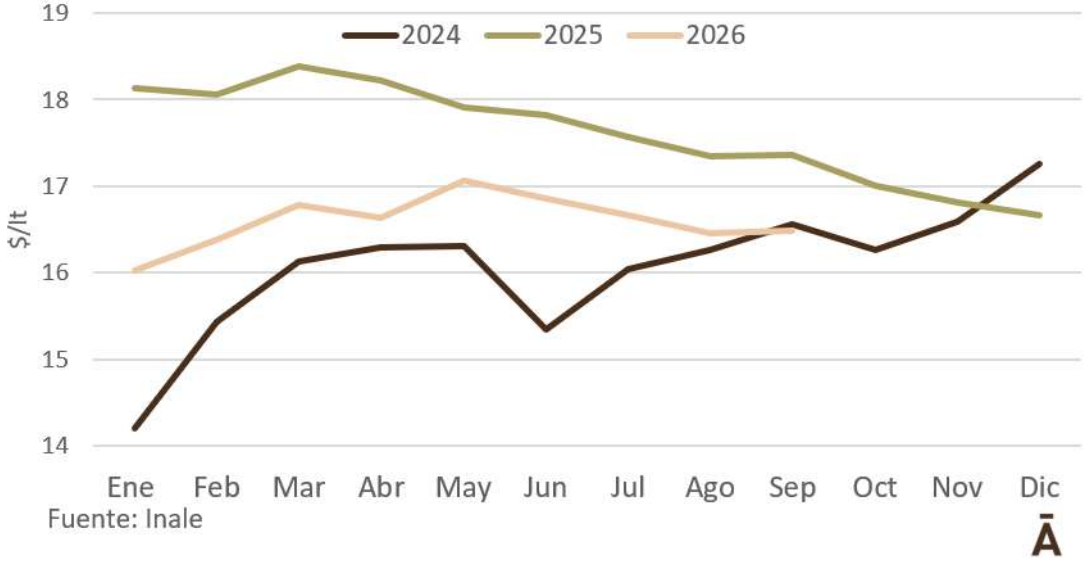
**Descontada la inflación, el tambero cobra 9,3% menos que hace un año atrás y 5,1% menos que en diciembre. El poder de compra retrocedió en una magnitud similar, porque los costos subieron levemente por encima de la inflación**

El precio promedio al productor que pagaron las industrias lácteas, en valores corrientes, fue de $ 16,48 por litro en setiembre, 0,1% más que en agosto ($ 16,46) y 5,1% menos que en setiembre de 2025, según datos del Inale.

Como en ese mismo período los precios al consumo subieron 4,68%, según el INE, el precio de la leche cayó 9,3% en términos reales. En lo que va de 2026, con una inflación acumulada de 4,21% entre enero y setiembre, la caída nominal de 1,1% frente a diciembre ($ 16,66) se traduce en una baja real de 5,1%.

Los costos, en cambio, se mantuvieron prácticamente constantes en términos reales en el último año: aumentaron 5% en pesos, apenas por encima de la inflación, impulsados principalmente por una mayor incidencia de los concentrados y el combustible, que registraron precios más altos, según el Inale. En lo que va de 2026 acumulan una suba de 6% (1,7% real). Con costos que acompañan a la inflación y un precio que la pierde, la presión recae sobre el margen del productor.

**Precio promedio al productor en pesos**




Fuente: Inale

# Poder de compra 13% por debajo del máximo

El índice de poder de compra de la leche se ubicó en 92,5 puntos en setiembre de 2026, tomando marzo de 2024 como base 100. El indicador empeoró 9,4% respecto a setiembre de 2025, resultado de una caída de 4,9% en el índice de precio de la leche acompañada por un aumento de 5,0% en el índice de costos, impulsado sobre todo por concentrados y combustible. Frente a agosto, el poder de compra cayó mínimamente (-0,2%): el precio de la leche subió 0,1%, pero los costos aumentaron levemente, 0,3%.

Con este resultado, el índice acumula una pérdida de 7,5% frente a la base y de 7,3% desde diciembre y, medido contra el máximo de la serie desde la base —abril de 2025, con 106,8 puntos—, la caída llega a 13,4%. Es el nivel más bajo desde febrero de 2024.

**El poder de compra empeoró 9,4% respecto a setiembre de 2025**

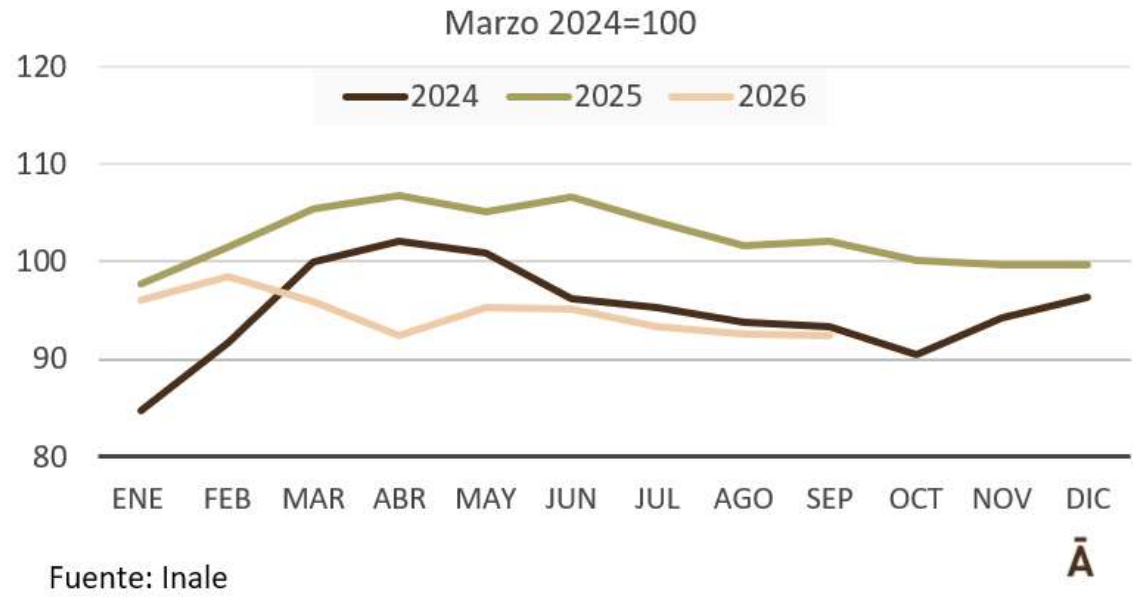
El resultado es idéntico en pesos y en dólares. Al tratarse de un cociente entre el índice de precio de la leche y el índice de costos, el tipo de cambio afecta a numerador y denominador por igual y se cancela: el poder de compra no depende de la moneda en que se mida. Lo que sí cambia con la moneda es la magnitud de cada componente.

Por el lado de los costos, el índice cerró setiembre en 113,4 puntos en pesos y 108,4 en dólares. En un año aumentaron 5% en pesos y 4,4% en dólares, y desde marzo de 2024 acumulan alzas de 13,4% y 8,4%, respectivamente. Los costos le sacan así al precio 8,5 puntos porcentuales en pesos y 8,2 en dólares desde la base.

Es importante destacar que la canasta de insumos y servicios considerada en el índice es fija y surgió de la Encuesta Lechera 2019, por lo que no incluye ajustes de coyuntura relacionados con las cantidades. Lo que sí se actualiza mensualmente son los precios.

Además, tanto los precios como los costos y los índices están expresados en valores corrientes, es decir que no se ajustan por inflación.

**Índice poder de compra de la leche**




Fuente: Inale

## Leve suba en sólidos

Por kilo de sólidos, el precio se ubicó en $ 210,3 en setiembre, con una suba de 0,8% en el mes y una caída de 6,5% frente a los $ 224,9 de setiembre del año pasado.

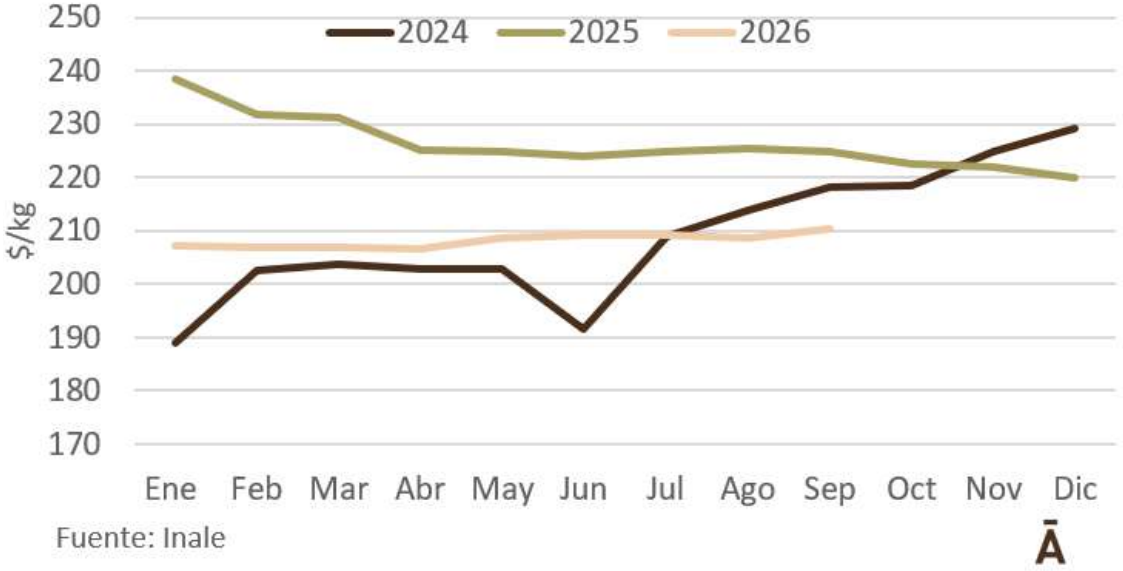
El índice de precio de la leche en pesos está en 104,9 puntos, 4,9% por encima de la base (marzo 2024=100).

En dólares la baja interanual es algo mayor, porque el dólar promedio subió 0,60% en los últimos 12 meses, aunque en el mes bajó 0,12% (de $ 40,25 en agosto a $ 40,21 en setiembre), según BEVSA.

**Los costos se mantuvieron prácticamente constantes en términos reales en el último año**

El litro se pagó US$ 0,41, esto es 0,3% más que en agosto y 5,6% menos que hace un año (US$ 0,43). El índice de precio en dólares quedó en 100,2 puntos, prácticamente en el mismo nivel que en marzo de 2024, es decir que en moneda dura el productor cobra hoy lo mismo que hace dos años y medio.

**Precio por kilo de sólidos en $**



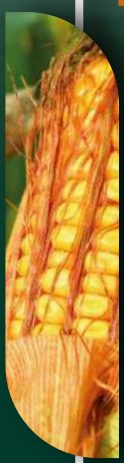

Fuente: Inale

nufarm
www.nufarm.com




# MAÍZ NUFARM

## TU MEJOR ALIADO



### NUCORN 2891 VIP 3

- LA EVOLUCIÓN DE IPB 2881
- DOBLE PROPÓSITO
- VIPTERA 3
- MAYOR POTENCIAL DE RENDIMIENTO



### NUFEED 4220 BMR

- GENÉTICA ESPECÍFICA PARA SILO
- DESARROLLADO PARA SILO DE PLANTA ENTERA
- EXCELENTE COMPORTAMIENTO SANITARIO
- MAYOR DIGESTIBILIDAD DE FIBRA TECNOLOGÍA BMR

GENÉTICA DESARROLLADA PARA RESPONDER CON EXACTITUD A LOS DESAFIOS DEL MAÍZ

# Tonadita prepara su desembarco en las góndolas

**La empresa argentina, que produce más de 2.500 toneladas mensuales de manteca y exporta a más de 30 países, trabaja con un distribuidor local para ampliar su presencia en Uruguay. Su oferta incluye cheddar, quesos untables y otras variedades, en un mercado donde busca desarrollar su marca**

*Desde SIAL París*




La industria láctea argentina continúa ampliando su presencia comercial en Uruguay. Tonadita, una de las principales empresas regionales en la elaboración de manteca y queso cheddar, prepara una mayor llegada de sus productos a los supermercados uruguayos, luego de varios meses de trabajo con un distribuidor exclusivo.

La compañía tiene su principal establecimiento industrial en Villa María, Córdoba, una de las cuencas lecheras más importantes de Argentina. Desde allí abastece tanto al mercado interno como a una red de compradores internacionales.

Durante la feria SIAL París, Augusto Pomodoro, jefe de Comercio Exterior de Tonadita, explicó a La Lechera que el ingreso a Uruguay forma parte de un proceso de expansión comercial que comenzó hace más de seis meses.

"Es muy probable que en los próximos meses se puedan ver las góndolas de los supermercados de Uruguay con presencia de más productos argentinos", adelantó.

## Un distribuidor para desarrollar el mercado

Tonadita evaluó inicialmente la posibilidad de operar directamente en Uruguay, pero finalmente resolvió trabajar con una empresa distribuidora que conoce las características del mercado local.

"Siempre creemos que tener un socio que conozca el mercado mejor que nosotros y que nos pueda ayudar a desarrollar la marca es muy importante", explicó Pomodoro.

La empresa trabaja en la adaptación de envases y presentaciones para responder a las preferencias del consumidor uruguayo. Su intención es comercializar toda la línea de productos, aunque con una estrategia ajustada a las dimensiones del mercado. La oferta comprende manteca en diferentes formatos, queso cheddar, quesos untables, queso crema y una nueva línea de quesos naturales.

El ingreso de estos productos incorpora una nueva oferta de origen argentino a un mercado donde las industrias nacionales ya enfrentan una competencia creciente, tanto de otros fabricantes locales como de productos importados.

## Una industria con fuerte presencia en manteca

La escala de producción es uno de los principales atributos comerciales de Tonadita. La compañía se presenta como el mayor fabricante de manteca de Latinoamérica y el principal productor de queso cheddar de Argentina.

Actualmente elabora más de 2.500 toneladas de manteca por mes y procesa un volumen superior a 5 millones de litros mensuales de crema.

La manteca constituye uno de los productos centrales de su estrategia internacional, tanto por la capacidad industrial instalada como por su posicionamiento comercial.

“Tenemos muchísimo interés por la mantequilla, un precio muy competitivo y un buen volumen”, destacó Pomodoro.

Además de las presentaciones destinadas al consumidor final, Tonadita desarrolla líneas industriales para empresas alimentarias y grandes cadenas gastronómicas. Sus certificaciones internacionales le permiten abastecer a clientes con exigencias específicas de calidad y procesamiento.

La empresa cuenta también con una segunda planta productiva en Santiago de Chile. Esta estructura le permite aprovechar las condiciones de acceso comercial que ofrece ese país para determinados destinos internacionales.

Entre las operaciones de Argentina y Chile, el grupo emplea a unas 400 personas.

## Exportaciones a más de 30 mercados

La internacionalización constituye otro de los pilares del negocio. Tonadita exporta actualmente a más de 30 países, con una presencia destacada en Medio Oriente, Centroamérica, Estados Unidos y algunos mercados africanos.

La participación en SIAL París, dentro del pabellón dedicado a los lácteos, permitió a la empresa mantener reuniones con compradores habituales y establecer contactos con potenciales clientes.

“Es un punto muy importante para reunirnos con los clientes actuales y desarrollar otros nuevos”, señaló Pomodoro.

El ejecutivo destacó también el papel de las empresas de trading y de los operadores internacionales de productos lácteos, que facilitan el ingreso a mercados donde la compañía todavía no tiene una presencia comercial directa.

Aunque Argentina enfrenta restricciones para acceder a determinados segmentos del mercado europeo, Pomodoro considera que el eventual avance del acuerdo Mercosur-Unión Europea puede generar oportunidades para su industria.

Reconoció que el ingreso de productos europeos también implicaría una mayor competencia, pero sostuvo que la empresa observa posibilidades de ampliar sus negocios.

"Del mercado europeo tenemos consultas permanentes, así que creo que son más los beneficios que puede traer que lo que nos puede perjudicar", afirmó.

## Productividad para sostener la competitividad

La evolución del tipo de cambio y la inflación argentina representan desafíos adicionales para una empresa con una fuerte orientación exportadora.

Frente a esas variables, Tonadita concentra sus esfuerzos en mejorar la eficiencia de sus procesos industriales y mantener bajo control los costos de producción.

**Tonadita produce más de 2.500 toneladas mensuales de manteca y procesa más de 5 millones de litros de crema**

"La empresa opera e invierte permanentemente para darle la máxima eficiencia posible a todas las líneas de producción", indicó Pomodoro.

Según explicó, ese trabajo resulta fundamental para sostener la competitividad de sus productos frente a las variaciones de la economía argentina y los movimientos de los precios internacionales de la manteca y los quesos.

La llegada a Uruguay representa un nuevo paso dentro de esa estrategia de expansión, con el objetivo de ampliar la presencia de la marca en los supermercados y desarrollar una oferta más diversificada para el consumidor local.

# Soluciones en manejo de efluentes

**Limpieza de piletas y distribución de efluentes líquidos, con experiencia, equipamiento y compromiso ambiental.**

- Tarifas bonificadas por volumen de trabajo.
- Financiación hasta 12 cuotas para productores lecheros.




SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

Construyendo Futuro

inale

Instituto Nacional de la Leche

Andrés Oyhenard - andres@lardaguila.com.uy


# Oportunidades en el mercado

**Las comidas tradicionales pierden parte de su espacio frente a opciones rápidas y porciones individuales. Un estudio presentado en SIAL París reveló que el 10% de los consumidores mundiales sustituye cada vez más comidas por snacks, una tendencia que también impulsa innovaciones en quesos y otros productos lácteos**

*Desde SIAL París*




Los cambios en los hábitos alimentarios están abriendo nuevas posibilidades comerciales para la industria láctea. El queso, por ejemplo, ya no tiene por qué limitarse a las presentaciones tradicionales o al consumo dentro de una comida principal. Los pequeños bocados, las combinaciones con otros ingredientes y los formatos fáciles de transportar forman parte de una nueva generación de productos que busca adaptarse a diferentes momentos del día.

La tendencia quedó reflejada durante SIAL París 2026, donde las innovaciones en snacks ocuparon un lugar destacado. Los estudios presentados durante la feria muestran que una parte

de los consumidores está sustituyendo comidas tradicionales por alternativas más rápidas y flexibles, aunque el cambio todavía no es mayoritario.

Según una investigación de Kantar presentada en SIAL Insights 2026, el 10% de los consumidores mundiales declara que sustituye cada vez más las comidas tradicionales por snacks a lo largo del día. En Francia, esa proporción alcanza el 4%.

A su vez, el 12% de los consumidores mundiales aumentó sus compras de comidas listas o casi listas para consumir, frente al 5% registrado en Francia.

Karin Perrot, directora experta en Alimentación de Kantar, explicó que la fragmentación de las comidas todavía es parcial, pero que la búsqueda de practicidad ya está instalada entre los consumidores.

## Un mercado de US$ 207 mil millones

El cambio en las preferencias también tiene una expresión económica. Según datos de Circana publicados en julio de 2026, las ventas de snacks crecieron 5,5% en valor en los seis principales mercados europeos analizados y alcanzaron los € 186 mil millones (US$ 207 mil millones).

La cifra comprende un mercado amplio de productos y no exclusivamente aquellos listos para consumir, pero muestra la dimensión comercial que adquirió esta categoría.

**El 10% de los consumidores mundiales sustituye cada vez más comidas tradicionales por snacks**

La expansión no responde solamente a la necesidad de resolver una comida en pocos minutos. También aparecen consumidores que buscan determinados aportes nutricionales y productos adecuados para distintos momentos de actividad.

De acuerdo con SIAL Insights, casi uno de cada tres consumidores mundiales prioriza la compra de snacks especialmente ricos en proteínas, fibras, minerales y vitaminas.

Esta combinación de practicidad y nutrición ofrece un campo de desarrollo para la industria láctea, particularmente en productos que pueden comercializarse en porciones pequeñas, con diferentes texturas o combinados con otros ingredientes.

## El queso también se reinventa

Entre las innovaciones premiadas en SIAL París figuró una propuesta de la empresa austríaca Die Käsemacher, que desarrolló pequeños bocados de queso fresco de cabra combinados con chocolate blanco y coco.

El producto incorpora además un color violeta natural obtenido del ube, un tubérculo asiático. La combinación muestra cómo una materia prima tradicional puede presentarse de una manera diferente para generar nuevas experiencias de consumo.

También se destacaron pequeños bocados de aligot, una preparación francesa elaborada a base de papa y queso, adaptada a un formato de snack.

En ambos casos, la innovación no pasa necesariamente por desarrollar un alimento completamente nuevo, sino por modificar su presentación, textura o forma de consumo.

Para las industrias lácteas, este tipo de productos representa una alternativa de diferenciación frente a categorías tradicionales donde la competencia suele concentrarse en el precio y los volúmenes comercializados.

La feria también exhibió innovaciones en otros segmentos, desde chips de hongos shiitake hasta snacks elaborados con algas, garbanzos y sorgo. Son propuestas que amplían la oferta de alimentos para consumir fuera de las comidas principales.

# Más formatos para distintos consumidores

Otro estudio presentado en SIAL, elaborado junto con la consultora NellyRodi bajo el título La nueva era de la alimentación, plantea que la industria está dejando atrás la idea de un consumidor con preferencias uniformes.

La investigación identifica siete grandes motivaciones que influyen en las decisiones alimentarias: bienestar, placer, independencia, restricciones económicas o de salud, convicciones personales, influencia social y rendimiento físico o mental.

Esto significa que un mismo alimento puede responder a necesidades diferentes según el consumidor y el momento del día.

**Las ventas de snacks crecieron 5,5% en seis grandes mercados europeos y alcanzaron los US$ 207 mil millones**

El informe también recoge datos de McKinsey según los cuales el 48% de las personas dedica menos de 15 minutos diarios a preparar la cena. Esa menor disponibilidad de tiempo favorece productos prácticos, porciones individuales y alimentos que requieren poca preparación.

Para el sector lácteo, las posibilidades no se limitan a incrementar el volumen de leche procesada. También pasan por desarrollar nuevas presentaciones de quesos, productos listos para consumir y alternativas que permitan acceder a ocasiones de consumo diferentes de las habituales.

La experiencia presentada en SIAL muestra que los alimentos tradicionales mantienen su lugar en la dieta, pero pueden encontrar nuevos espacios comerciales cuando se adaptan a los cambios en la vida cotidiana de los consumidores.


¿Buscás trabajo
o necesitás personal?
Nuestro Banco Laboral conecta a productores con personas que buscan oportunidades de trabajo.
Sumarte es fácil:
• Ingresá a nuestra web: www.splf.com.uy
• Accedé al Banco Laboral
• Completá el formulario
• Registrá tu búsqueda y conectá con nuevas oportunidades
SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA
Construyendo Futuro

Andrés Oyhenard - andres@tardaguila.com.uy


# Salud, sabor y precio marcan las preferencias

**El director de eventos de SIAL París identificó una demanda creciente de productos vinculados con el bienestar, la digestión y la alimentación personalizada. Las nuevas preferencias abren posibilidades para la innovación en la industria láctea, aunque el sabor continúa siendo decisivo en la elección del consumidor**

*Desde SIAL París*



La industria alimentaria europea atraviesa cambios en los hábitos de consumo que pueden abrir nuevas oportunidades para los productos lácteos. El interés por alimentos que contribuyan al bienestar, las propiedades funcionales y las opciones prácticas para el consumo diario convive con una exigencia que se mantiene: los productos deben ser sabrosos y tener precios competitivos.

Así lo planteó Jean-Gabriel Mollard, director de eventos de SIAL París, durante una entrevista con La Lechera, realizada en el marco de la edición 2026 de la principal feria alimentaria de Francia.

El ejecutivo explicó que, si bien las tendencias relacionadas con la salud ganan terreno, el consumidor europeo no está dispuesto a sacrificar el placer de comer.

“Para el consumidor, lo que importa es el sabor, el sabor y el sabor”, enfatizó.

La observación resulta especialmente relevante para industrias como la láctea, que cuentan con posibilidades de desarrollar productos con diferentes atributos nutricionales, pero deben competir por la preferencia de consumidores cada vez más exigentes.

## Alimentos funcionales y nuevos hábitos

Entre los cambios identificados por Mollard aparece una mayor demanda de alimentos asociados con la salud y el bienestar. Los consumidores buscan productos que, además de alimentarlos, puedan aportar beneficios específicos a su vida cotidiana.

El director de SIAL mencionó el crecimiento de propuestas vinculadas con el descanso, la digestión, la energía y la concentración. Esta tendencia hacia una alimentación más personalizada está ampliando las posibilidades de innovación dentro de la industria.

**Crece el interés por alimentos vinculados con la digestión, el descanso, la energía y la concentración**

También destacó el avance de alimentos enriquecidos con fibra, prebióticos y probióticos, así como una mayor presencia de bebidas saludables y productos diseñados para consumir entre comidas.

Se trata de tendencias que pueden resultar de interés para el desarrollo de nuevas líneas de lácteos, particularmente en categorías como yogures, bebidas y otros alimentos que permiten incorporar ingredientes funcionales.

Sin embargo, Mollard advirtió que no todas las tendencias mantienen necesariamente el mismo dinamismo. Después de varios años de fuerte crecimiento, algunos productos promocionados por su elevado contenido de proteínas podrían comenzar a perder protagonismo.

El ejecutivo señaló que las investigaciones realizadas por SIAL muestran que, más allá de las propiedades nutricionales, el disfrute continúa siendo un elemento central en la decisión de compra.

“Lo que hemos visto en nuestros estudios es que el placer siempre es más importante”, afirmó.

## Europa no es un único mercado

Para las empresas sudamericanas interesadas en ampliar sus exportaciones, Mollard planteó otra consideración fundamental: las preferencias alimentarias cambian significativamente entre los países europeos.

“Mi consejo para los productores sudamericanos sería prestar atención a dos cosas. Primero, los mercados europeos y sus hábitos de consumo son muy diferentes”, señaló.

**Los productos con fibra, prebióticos y probióticos ganan espacio entre las innovaciones alimentarias**

Como ejemplo mencionó las diferencias entre España y Noruega, donde los consumidores pueden tener preferencias distintas en cuanto a porciones, recetas e ingredientes.

La recomendación es identificar primero los mercados de destino y conocer sus particularidades antes de definir las características de los productos que se pretende comercializar.

Para una industria exportadora como la láctea uruguaya, este planteo pone de relieve la importancia de conocer no solamente las condiciones comerciales y sanitarias de cada mercado, sino también las preferencias de quienes finalmente consumen los alimentos.

**"Es importante trabajar en la calidad, pero sin aumentar demasiado el precio"**

La adaptación de presentaciones, formatos y características de los productos puede ser tan importante como su calidad.

## La calidad debe acompañarse de precios

Mollard reconoció que la trazabilidad constituye una condición fundamental para acceder al mercado europeo. Los controles y estándares de calidad son exigencias que los proveedores deben cumplir, especialmente cuando se trata de alimentos importados.

Sin embargo, diferenció esos requisitos de los factores que terminan definiendo una compra.

El sabor ocupa un lugar central, pero el precio también tiene una influencia decisiva. Aunque Europa conserva un elevado poder adquisitivo, la inflación y las tensiones económicas han incrementado la sensibilidad de los consumidores frente al costo de los alimentos.

"Es importante trabajar en la calidad, pero sin aumentar demasiado el precio, porque sigue siendo uno de los principales factores de decisión", advirtió.

Esta combinación plantea un desafío para las empresas que buscan diferenciar sus productos mediante atributos nutricio-

nales, innovaciones o características de calidad. El valor agregado debe resultar atractivo para el consumidor, pero también justificar su precio.

## Una vidriera para conocer hacia dónde va la alimentación

SIAL París 2026 reunió a expositores de 130 países y visitantes procedentes de 180 mercados, con una participación cercana a los 300 mil profesionales.

Mollard destacó que fue la edición más grande de la feria hasta el momento y consideró que las tensiones comerciales y geopolíticas refuerzan la importancia de estos encuentros internacionales.

“Cuantas más tensiones hay, mayor es la necesidad de encontrar lugares donde hacer negocios”, sostuvo.

Además de su función comercial, la feria permitió observar innovaciones en diferentes segmentos de la alimentación. Entre las novedades figuraron espacios dedicados a la comida callejera, la panadería y la sostenibilidad, esta última presentada también como una oportunidad de desarrollo empresarial.

Para los exportadores de alimentos, el mensaje de Mollard fue que no alcanza con cumplir los requisitos de ingreso a un mercado. Es necesario comprender al consumidor, adaptar la oferta y mantener condiciones comerciales competitivas.

“Sabor, calidad y precio”, resumió, son las tres variables que deben orientar esa estrategia.




Promoción válida hasta el 31/12/2026 inclusive. Participan todos los helados Conaprole de 2 litros.

# Robusta inversión de la industria láctea en EEUU

## Hay en carpeta más de 85 proyectos por más de US$ 15.000 millones ante la expectativa de mejora de la demanda interna y mayores posibilidades de exportación



La industria láctea de Estados Unidos tiene más de 85 proyectos previstos o en ejecución hasta 2030, con inversiones superiores a US$ 15.000 millones distribuidas en 23 estados, ante la expectativa de una mejora de la demanda interna y mayores posibilidades de exportación, según un relevamiento de la Asociación Internacional de Alimentos Lácteos (IDFA), divulgado por DairyReporter.

**El interés de los consumidores por alimentos ricos en proteínas y de alto valor nutricional es uno de los argumentos que sostiene las decisiones empresariales**

Las inversiones abarcan nuevas plantas, ampliaciones de instalaciones existentes, incorporación de líneas de procesamiento y modernización tecnológica. El interés de los consumidores por alimentos ricos en proteínas y de alto valor nutricional es uno de los argumentos que sostiene las decisiones empresariales.

El procesamiento de leche y crema concentra el mayor monto, con US$ 5.630 millones, seguido por la elaboración de quesos, con US$ 3.760 millones. Los proyectos de yogures y otros lácteos fermentados suman US$ 3.070 millones, mientras que manteca y productos en polvo reúnen US$ 1.860 millones. Otros US$ 745 millones corresponden a helados.

**Las empresas están destinando capital porque identifican perspectivas de crecimiento del consumo tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo**

El presidente y director ejecutivo de IDFA, Michael Dykes, señaló que las empresas están destinando capital porque identifican perspectivas de crecimiento del consumo tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo. El relevamiento reúne proyectos en distintas etapas, por lo que el monto anunciado no equivale a inversiones ya completadas.

La expansión industrial está acompañada por proyecciones de crecimiento superiores a las del conjunto de las manufacturas estadounidenses. Según la Oficina de Estadísticas Laborales, el empleo en la elaboración de lácteos aumentaría 5,6% entre 2025 y 2035, frente a apenas 0,6% para la industria manufacturera en general.

En ese mismo período, el valor de la producción industrial láctea, ajustado por inflación, crecería cerca de 30%, de US$ 138.500 millones a US$ 179.000 millones. Actualmente, el sector en Estados Unidos cuenta con unas 1.200 plantas procesadoras abastecidas por cerca de 24.000 establecimientos lecheros.



# Cuidamos la sonrisa de toda la familia

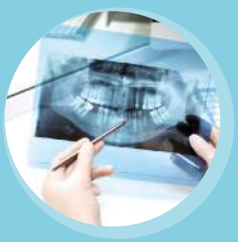
**Brindamos atención odontológica integral, con consultorios en todas nuestras sedes.**



Odontología general y estética



Prótesis



RX



Endodoncias



Odontología general y estética

SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

Construyendo Futuro

# La UE reduciría sus exportaciones de lácteos en 2027

## La oficina del USDA en Varsovia proyecta bajas en las ventas al exterior de leche en polvo descremada y quesos



La Unión Europea, uno de los principales competidores en el mercado internacional de lácteos y el mayor exportador mundial de quesos, reduciría sus ventas externas en 2027. Una menor producción de leche y la decisión de la industria de priorizar la elaboración de quesos limitarían la disponibilidad para exportar leche en polvo descremada y otros productos.

La oficina del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) en Varsovia prevé que las exportaciones europeas de leche en polvo descremada bajen 4,8% en 2027, hasta 795.000 toneladas, luego de un aumento estimado de 4,9% este año, a 835.000 toneladas. En quesos, proyecta una reducción desde 1,475 millones de toneladas en 2026 a 1,44 millones en 2027, una caída de 2,4%.

Las estimaciones reflejan un cambio respecto de 2026, cuando el aumento de la producción de leche en la primera mitad del año permitió incrementar la elaboración y las exportaciones. Para 2027, el informe prevé una menor oferta de materia prima, mientras que la demanda interna continuará absorbiendo una parte importante de la producción industrial.

La UE destina al mercado internacional aproximadamente la mitad de su leche en polvo descremada. Sus compradores tradicionales incluyen el norte de África —con Argelia como principal destino—, China, Medio Oriente y el sudeste asiático. En esos mercados compite principalmente con Estados Unidos y Nueva Zelanda. Argelia es el principal destino de Uruguay para leche en polvo entera.

Entre enero y julio de 2026 las exportaciones europeas de leche en polvo descremada crecieron 16% interanual. Los mayores envíos al sudeste asiático y a Medio Oriente y el norte de África compensaron una reducción de 21% en las colocaciones en Argelia. El USDA atribuye el avance a precios europeos competitivos, aunque advierte que el tipo de cambio entre el euro y el dólar y la proximidad a los mercados son factores relevantes para la competencia.

Para 2027, la oficina estima que la producción europea de leche en polvo descremada bajará 1,9%, a 1,55 millones de toneladas. Al mismo tiempo, el consumo interno aumentaría 1,3%, a 800.000 toneladas, impulsado por la demanda de la industria alimentaria de ingredientes con alto contenido de proteínas.

**Sus compradores tradicionales incluyen el norte de África —con Argelia como principal destino—, China, Medio Oriente y el sudeste asiático**

La elaboración de leche en polvo descremada suele estar asociada a la producción de manteca. Sin embargo, el crecimiento de la demanda de proteínas también ha mejorado los ingresos derivados de la leche en polvo. Según el informe, a fines de setiembre su precio en la UE era 38% superior al de un año antes.

En quesos, la UE exporta una proporción menor de su producción —alrededor de 13%—, pero el volumen la convierte en el principal proveedor mundial, seguida por Estados Unidos y Nueva Zelanda. Reino Unido, Estados Unidos y Japón son sus principales destinos.

El USDA proyecta que las ventas externas caerán en 2027 por las tensiones comerciales y la competencia en precios, especialmente de Estados Unidos. Las oportunidades abiertas por los acuerdos comerciales europeos podrían compensar parte de esas dificultades, aunque el informe considera que sus beneficios llevarán tiempo en materializarse.

En setiembre, los precios europeos de los quesos eran inferiores a los de Oceanía, pero todavía superiores a los estadounidenses. El cheddar europeo se había abaratado 28% frente a un año antes, una caída que favoreció tanto el consumo doméstico como la competitividad externa.

Pese a la menor disponibilidad de leche, la industria europea seguiría priorizando los quesos por la firmeza de su demanda y por los ingresos adicionales que obtiene de la venta de suero en polvo. El precio de este último producto en setiembre era 58% superior al de un año atrás, favorecido por el interés de los consumidores en las proteínas. La producción de quesos aumentaría 0,3% en 2027, a 11,16 millones de toneladas.

En leche en polvo entera, el informe prevé una baja de la producción europea de 550.000 a 520.000 toneladas y una reducción de las exportaciones de 185.000 a 175.000 toneladas. La UE enfrenta dificultades para competir en precio con Oceanía, mientras que sus industrias encuentran mejores márgenes en otros productos.

La producción total de leche de la UE, incluida la de oveja y cabra, se reduciría 0,3% en 2027, a 153,3 millones de toneladas. El USDA atribuye la caída al descenso del número de vacas, la menor rentabilidad de los tambos, las restricciones ambientales y los problemas sanitarios. El calor y el déficit hídrico registrados en parte de Europa también podrían afectar la disponibilidad de alimentos para el ganado.

# Acompañándote en cada etapa

**Soluciones pensadas para el productor, acompañando cada instancia de su desarrollo con servicios integrales y respaldo profesional.**



- Gestión administrativa



- Odontología



- Banco Lechero



- Trazabilidad



- Maquinaria



- Campo de Recría

Sociedad de Productores de Leche Florida

Construyendo Futuro

# Fideicomiso para Financiamiento de Inversiones de Establecimientos Lecheros

Una herramienta financiera, diseñada a medida, para financiar proyectos de inversión de los productores remitentes a Conaprole.

**Diversidad de destinos**
Proyectos de crecimiento, recambio generacional, compra de campo, sistemas de gestión de efluentes, entre otros

**Pago variable**
Servicio de deuda se establece como un porcentaje fijo del valor de la remesa

**Plazos largos**
Entre 7 y 12 años, dependiendo de la evolución de la remesa, y 1 año de gracia opcional

**Garantía**
**Real:** Ganado y/o hipoteca
**Financiera:** Cesión de PPD o Fondo de Productividad

**Tasa de interés competitiva**
Variable en base SOFR

Tiempo de respuesta corto

Solicitud vía Proleco a través de una ventanilla única
Más información a través de su responsable zonal o en Proleco,

ffiel.proleco@conaprole.com.uy
www.proleco.com.uy/

29245311 - 29247602 - 099782009

# UTEC abre oportunidad para cadena láctea en Florida

**La Universidad Tecnológica y la Intendencia de Florida firmaron un convenio para instalar un espacio universitario en la capital departamental. La formación vinculada con la cadena agroalimentaria aparece entre las prioridades a estudiar**



La Universidad Tecnológica (UTEC) tendrá un espacio propio en la ciudad de Florida, tras la firma de un convenio con la Intendencia departamental que permitirá utilizar parte de las instalaciones de la antigua Casa de los Deportes, ubicada sobre la calle 18 de Julio.

El acuerdo fue suscrito por el intendente Carlos Enciso y el rector de UTEC, Carlos Batthyány, en una instancia que contó con la participación de autoridades departamentales, representantes de instituciones educativas y referentes del sector productivo, entre ellos integrantes de la lechería local a través del presidente de la SPLF Fernando Lugea.

La llegada de la universidad abre una nueva etapa para la formación terciaria en el departamento. Si bien todavía no se definieron las nuevas carreras y tecnicaturas que podrán desarro-

llarse, el sector agroalimentario aparece como uno de los ejes con mayor potencial, dada su importancia en la economía de Florida.

“Queda claro el eje agroalimentario y darle valor a toda la cadena agroalimentaria”, afirmó Batthyány durante la firma del convenio.

## Carreras vinculadas con las necesidades productivas

El rector explicó que la expansión territorial de UTEC se basa en estudios que permiten identificar las necesidades de formación de cada departamento y las oportunidades de inserción laboral. En Florida, sostuvo, todavía es necesario profundizar ese trabajo junto con las autoridades y los actores locales para definir una oferta educativa adecuada.

“Tenemos que trabajar con ustedes para pensar bien a fondo cuáles son las necesidades educativas que ustedes identifican”, señaló.

Además de la cadena agroalimentaria, Batthyány mencionó las oportunidades asociadas con la logística, otra actividad que considera relevante para el desarrollo departamental.

Por su parte, la ingeniera Valentina Martínez, docente de UTEC en el área de Sistemas Agroforestales y Agroecología de Ingeniería Agroambiental y referente local de la institución, precisó a La Lechera que el convenio firmado establece el uso de un sector de la Casa de los Deportes para instalar un Espacio Universitario de UTEC en Florida.

Martínez informó que durante 2026 continuará dictándose el Tecnólogo Informático, que actualmente funciona en instalaciones de UTU, y adelantó que se prevé la aprobación de otras propuestas de formación.

La instalación del espacio universitario permitirá contar con una sede para acompañar ese crecimiento, aunque las futuras formaciones deberán definirse a partir de las necesidades identificadas.

Enciso destacó especialmente las oportunidades que puede generar la universidad para las actividades económicas del departamento.
"Acá están los representantes de la lechería, de la economía local, del comercio, de las gremiales", señaló, al considerar que las propuestas presenciales y virtuales podrán contribuir al desarrollo de estos sectores.

## Formación para que los jóvenes permanezcan

Uno de los objetivos centrales de la iniciativa es ampliar las posibilidades de formación sin que los estudiantes deban trasladarse a Montevideo.

Batthyány destacó que nueve de cada diez estudiantes de UTEC provienen de familias sin antecedentes universitarios, mientras que dos tercios pertenecen a los sectores socioeconómicos más desfavorecidos.

También señaló que el 90% de los egresados de la universidad trabaja en actividades vinculadas con su formación, con empleos formales y condiciones laborales que representan una mejora significativa para ellos y sus familias.

El rector remarcó que UTEC desarrolla carreras relativamente cortas, orientadas al trabajo y a las necesidades de cada territorio, bajo una filosofía educativa basada en el "aprender haciendo".

Por su parte, Enciso vinculó la llegada de la universidad con la necesidad de ofrecer nuevas perspectivas a los jóvenes y reducir la emigración hacia las grandes ciudades.

"Si no hay condiciones culturales, educativas y después laborales para que la gente se quede y los muchachos se queden, estamos complicados", advirtió.

El intendente consideró que las carreras con rápida inserción laboral pueden estimular a los estudiantes a finalizar la educación secundaria y continuar su formación en el departamento.




## Un espacio para desarrollar nuevas propuestas

Enciso recordó que el proyecto recibió un refuerzo presupuestal de $ 10 millones durante el proceso parlamentario, recursos que contribuirán a su puesta en marcha.

El intendente también mencionó la posibilidad de generar vínculos con experiencias internacionales, como el sistema cooperativo y tecnológico de Mondragón, en el País Vasco, y recordó conversaciones anteriores sobre alternativas de formación vinculadas con la zona de María Dolores y otras localidades del departamento.
Batthyány insistió en que el desarrollo de UTEC en Florida deberá construirse junto con los actores del territorio. La identificación de las demandas productivas será determinante para definir las nuevas propuestas.

En ese proceso, la lechería aparece como una actividad con posibilidades de vincularse con la formación tecnológica, la innovación y la generación de valor dentro de la cadena agroalimentaria.




*Análisis de suelos, muestreos a domicilio, asesoramiento técnico y más.*

***Ruta 5 Km 91.700, Florida, Uruguay***
*4353 8330 / 099 769 981 / 099 608 339*
*info@campolab.com.uy – www.campolab.com.uy*

CampoLab
LABORATORIO

TARDÁGUILA
AGROMERCADOS



# LECHERÍA

**Todos los jueves en Informe Tardáguila, especial de lechería. Semana a semana lo más importante del sector lácteo**

SUSCRIBITE A
INFORME TARDÁGUILA

**www.tardaguila.uy**

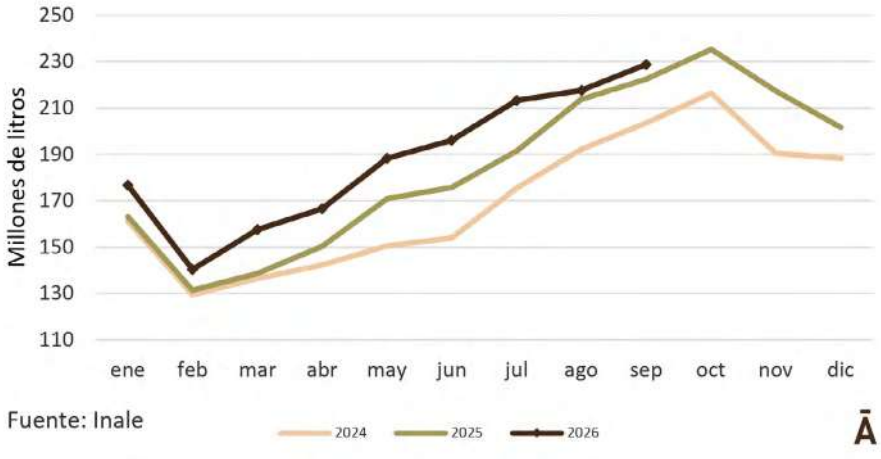




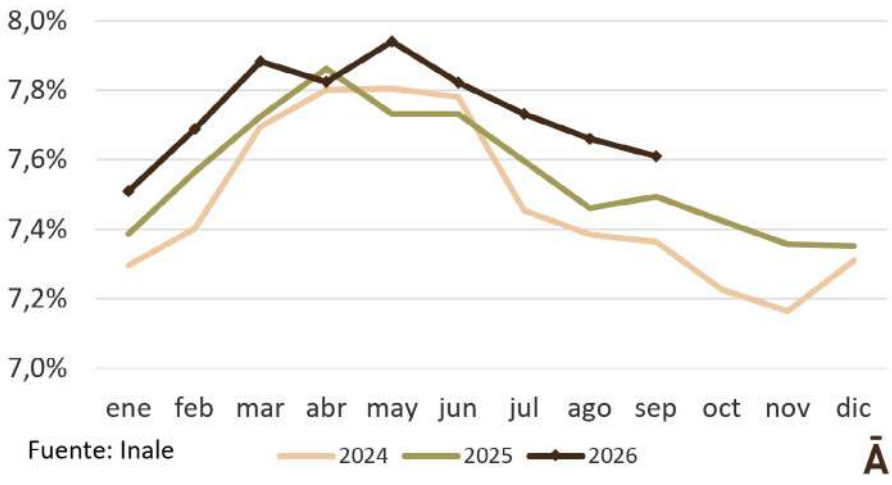
# Remisión

| Remisión de leche a plantas industriales | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Acumulado anual | |
| | Jul-26 | Ago-26 | set-26 | 2026 | Dif % 26/25 |
| Millones de litros | 213 | 218 | 229 | 1.685 | 8,2% |
| Fuente: Inale | | | | | |

## Remisión de leche a plantas industriales




## Contenido de grasa y proteína

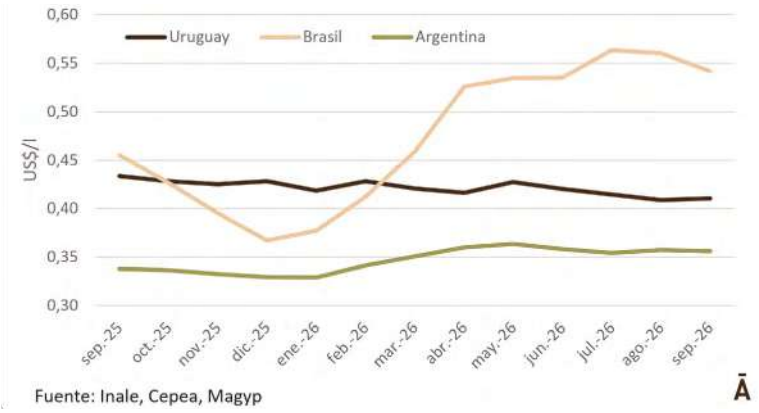


# Precios

## Precio de la leche al tambero en la región

| | | | | | Diferencia % | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | set-25 | Ago-26 | set-26 | Mes | Año |
| Uruguay | $/l | 17,32 | 16,46 | 16,48 | 0,1% | -4,9% |
| Brasil | R$/l | 2,44 | 2,89 | 2,78 | -3,7% | 13,9% |
| Argentina | Ar$/l | 474,60 | 535,12 | 543,01 | 1,5% | 14,4% |
| Uruguay | Cents US$/l | 0,43 | 0,41 | 0,41 | 0,4% | -5,4% |
| Brasil | Cents US$/l | 0,46 | 0,56 | 0,54 | -3,3% | 19,0% |
| Argentina | Cents US$/l* | 0,34 | 0,36 | 0,36 | -0,4% | 5,4% |
| Datos en rojo estimado * Cambio exportadores | | | | | | |
| Fuente: Inale, MAGyP, Cepea | | | | | | |

## Precio de la leche al productor




## Precios promedio en el Global Dairy Trade

| | | Diferencia (%) | |
|---|---|---|---|
| | 20-Oct | Mes | Año |
| Valor medio | 4.021 | 4% | 4% |
| Leche en polvo entera | 3.760 | 5% | 4% |
| Leche en polvo descremada | 3.975 | 8% | 55% |
| Manteca | 4.721 | -1% | -29% |
| Quesos | 3.645 | -11% | -23% |
| Volumen comercializado (tons) | 42.088 | -1% | 4% |
| Fuente: GDT, en US$/t | | | |

## Precios de referencia de hacienda

| | | set-26 | Oct-26 |
|---|---|---|---|
| Razas lecheras | | | |
| Vaca en producción | US$/cabeza | 1900-2300 | 1900-2300 |
| Pieza de cría | US$/cabeza | 900-1050 | 900-1050 |
| Vaquillona próxima | US$/cabeza | 1900-2000 | 1900-2000 |
| Ternera | US$/cabeza | 615-715 | 615-715 |
| Ternera exportación | US$/k en pie | 4,00-5,00 | 4,00-5,00 |
| Vaca refugo especiales | US$/k carcasa | 4,40 | 4,58 |
| Vaca refugo buena | US$/k carcasa | 4,05 | 4,05 |

| | | set-26 | Oct-26 |
|---|---|---|---|
| Razas carniceras | | | |
| Novillo gordo | US$/k carcasa | 5,82 | 5,95 |
| Vaca gorda | US$/k carcasa | 5,48 | 5,58 |
| Ternero 180 k | US$/k en pie | 4,53 | 4,53 |
| Novillo 240-300k | US$/k en pie | 3,80 | 3,75 |
| Vaca invernada | US$/k en pie | 2,50 | 2,63 |
| Fuente: TA, ACG | | | |

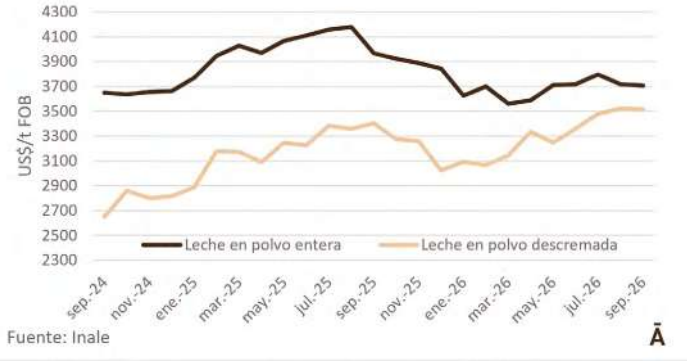
# Exportaciones

## Exportaciones uruguayas de lácteos

| | set-26 | | Acumulado anual | | Dif % 26/25 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Tons | US$/t | Tons | US$/t | Tons | US$/t |
| Leche en polvo entera | 14.101 | 3.709 | 124.892 | 3.682 | 7% | -8% |
| Leche en polvo descremada | 2.647 | 3.515 | 12.818 | 3.359 | 2% | 5% |
| Manteca | 1.068 | 4.854 | 9.692 | 5.545 | 15% | -17% |
| Queso | 1.690 | 5.212 | 13.118 | 5.050 | -1% | 2% |
| Total | 23.548 | 3.587 | 179.994 | 3.692 | 1% | -5% |
| Fuente: en base a Inale | | | | | | |

# Exportaciones

## Valor medio de exportación



Fuente: Inale

# Referencias

**Referencias internacionales**

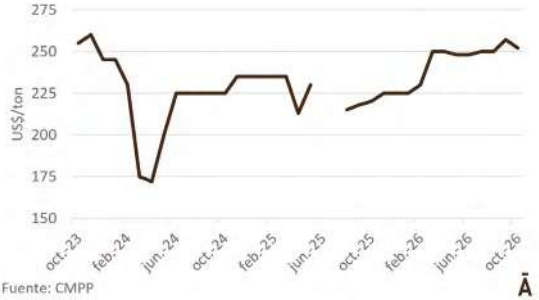
| | | | Dif % | |
|---|---|---|---|---|
| En US$/t | | Sep-26 | Mes | Año |
| Leche en polvo entera | Oceanía | 3.557 | 2% | -11% |
| | Am. Sur | 3.975 | -1% | -5% |
| | Europa Oeste | 4.427 | 22% | -10% |
| | EEUU | 5.063 | 8% | 7% |
| Leche en polvo descremada | Oceanía | 3.664 | 10% | 24% |
| | Am. Sur | 3.500 | 0% | 4% |
| | Europa Oeste | 3.653 | 15% | 31% |
| | EEUU | 4.313 | 24% | 55% |
| Manteca | Oceanía | 4.948 | -11% | -32% |
| | Europa Oeste | 4.661 | 4% | -43% |
| Cheddar | Oceanía | 3.826 | -5% | -18% |
| | EEUU | 3.084 | -11% | -23% |
| Fuente: USDA | | | | |

## Precio internacional leche en polvo entera



Fuente: USDA

## Maíz disponible



Fuente: CMPP

**Referencias de precios de insumos**

| | | | | | Diferencia % | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Último | Mes | Año |
| Maíz | Superior Grado I | Puesto en Montevideo | US$/t | Nom | x | x |
| | Bueno Grado II | Puesto en Montevideo | US$/t | 252 | -2% | 15% |
| | Importado partido | A retirar de Montevideo | US$/t | Nom | x | x |
| Sorgo | 14% humedad | Puesto en Montevideo | US$/t | Nom | x | x |
| Cebada | Forrajera buena | Puesto en Montevideo | US$/t | 175 | 0% | 0% |
| Harina de soja | 46% proteína, 1,5% grasa | | US$/t | 467 | 10% | 36% |
| Soja | 2025/26 | Puesta en Nueva Palmira | US$/t | 430 | 1% | 18% |
| Trigo | 2026/27 | Puesto en Nueva Palmira | US$/t | 215 | -4% | 15% |
| Alimento balanceado | Lecheras | A retirar de planta | US$/t | 327 | 0% | 10% |
| | Lecheras alto rendimiento | A retirar de planta | US$/t | 340 | 0% | 10% |
| Promedio de rango informado por la CMPP | | | | | | |

SOCIEDAD DE PRODUCTORES DE LECHE FLORIDA

**CONSTRUYENDO FUTURO**

splf.com.uy /

# LA LECHERA

FLORIDA - URUGUAY

DIGITAL

Edición: **Tardáguila Agromercados**

Staff: **Andrés Oyhenard y Rafael Tardáguila**

Arte: **algebra.uy**

Producción comercial: **andres@tardaguila.com.uy**

Contacto: **info@tardaguila.com.uy**

El material publicado es de exclusiva responsabilidad de sus autores

Ā