



NOTICIAS INTERNACIONALES AL 01/11/2019

GLOBAL	2
USDA PREVÉ RÉCORD HISTÓRICO DE EXPORTACIONES MUNDIALES DE CARNE VACUNA EN 2020.....	2
MERCADO GLOBAL DE CARNE MANUFACTURA – SUS CAMBIOS.....	2
BRASIL	4
SUBAS EN LOS VALORES DE LA CARNE Y HACIENDA BOVINA.....	4
CEPEA: TERNERO, NOVILLO Y CARNE AUMENTAN DE PRECIO	4
ABRAFRIGO: ALZA DE VALORES ERA PREVISIBLE	5
AFTOSA	5
<i>CNA discutieron avances en el combate de la enfermedad.....</i>	5
<i>Segunda etapa da vacunación se inicia en noviembre</i>	5
<i>Productor paranaense deberá registrar su hacienda.....</i>	6
COREA DEL SUR: AUTORIDADES INTERESADAS EN IMPORTAR CARNES DE MATO GROSSO	6
ALBERTO FERNÁNDEZ DEBE APROBAR EL ACUERDO MERCOSUR – EU	6
URUGUAY	6
DIFERENCIAL ENTRE EL PRECIO DE EXPORTACIÓN Y EL DEL NOVILLO EN MÍNIMOS DE CINCO AÑOS	6
CARNE URUGUAYA EN CHINA: AUMENTA LA COMPETENCIA DE ARGENTINA Y BRASIL, SEÑALÓ TRADER.....	7
ANUGA: POCO Y CARO.....	7
TURQUÍA CORTÓ LA EMISIÓN DE PERMISOS PARA LA IMPORTACIÓN DE GANADO EN PIE.....	8
INGRESOS GANADEROS EN MÁXIMOS DE 18 AÑOS	8
PARAGUAY	9
CONCLUYEN TRÁMITE EN BUSCA DE EXPORTAR CARNE AL JAPÓN	9
UNION EUROPEA	10
CONTINÚA EL IMPULSO DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE CERDO DE LA UE DURANTE EL MES DE AGOSTO.....	10
ESTADOS UNIDOS	10
FIRME LA DEMANDA DE HACIENDA DE LA INDUSTRIA FRIGORÍFICA.....	10
MÁRGENES DEL SECTOR FRIGORÍFICO SE ELEVARON A US\$300 POR CABEZAS	11
LOS 4 GRANDES ACUSADOS DE ACCIONES MONOPÓLICAS	11
REAL MEAT ACT REQUIERE MAYORS CONSULTAS PARA AVANZAR EN EL CONGRESO	12
GRUPO DE CONSUMIDORES ALERTA SOBRE EL CONSUME DE CARNES “VEGETALES”.....	12
PROYECTO PARA RESTRINGIR EL USO DE “PRODUCT OF THE U.S.A.” EN PRODUCTOS CÁRNICOS	12
ADVIERTEN QUE FIEBRE PORCINA AFRICANA PODRÍA HABER YA INGRESADO A AMÉRICA DEL NORTE	13
AUSTRALIA	14
INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA	14
SEQUÍA PROVOCA LIQUIDACIÓN DE EXISTENCIAS.....	14
EMPRESARIAS	15
JBS AUSTRALIA LANZÓ UM SISTEMA DE TRAZABILIDAD DE CARNE QUE LLEGA AL PÚBLICO	15
S&P ELEVÓ EL ÍNDICE DE JBS DE “BB- A ‘BB’	16
PILGRIM’S PRIDE APORTÓ A JBS BENEFICIOS POR US\$ 109,7 MILLONES	16
TYSON BREAKS INVIERTE US\$300 MILLONES EN UNA NUEVA PLANTA PROCESADORA DE CERDOS Y VACUNOS EN UTAH	16
BEYOND MEAT CAEN SUS ACCIONES FUERTEMENTE	17



GLOBAL

USDA prevé récord histórico de exportaciones mundiales de carne vacuna en 2020

31 de octubre de 2019 La fuerte demanda de China por carne vacuna -por un crecimiento económico de la población y una disminución en la producción de carne de cerdo debido a la peste porcina africana- impulsarán el comercio mundial de carne vacuna en 2020 a niveles no registrados.

Las exportaciones mundiales de carne vacuna en 2020 aumentarán 4% respecto al 2019 a un récord de 11,51 millones de toneladas. El 2019 finalizará con 11,02 millones de toneladas exportadas, también un crecimiento de 4% respecto a las 10,57 millones de 2018. Según las proyecciones del informe anual del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA, por su sigla en inglés), "Livestock and Poultry: World Markets and Trade".

Brasil, India, EEUU y Argentina fueron los que incrementaron sus exportaciones a pesar de la disminución de Australia y la UE, mientras que Uruguay se mantiene sin cambios en el entorno de las 470.000 toneladas en 2019 y 2020.

Según el USDA, Brasil capturará la mayor parte de la expansión del comercio mundial con exportaciones que alcanzarán un récord de 2,6 millones de toneladas, impulsado por la fuerte demanda de China. Un aumento de 16% respecto a lo proyectado para 2019 (2,25 millones de toneladas).

"La fuerte demanda de Asia asociada con los limitados stocks exportables de Oceanía generará oportunidades nuevas o ampliadas para otros exportadores como EEUU, India y México", explicó el informe.

Por otra parte, el USDA prevé que la producción mundial crezca un 1% en 2020 a 61,9 millones de toneladas. El aumento de Brasil, EEUU y Argentina compensó la caída en China, Australia y la UE. El aumento de la producción de Brasil está impulsado en gran medida por las exportaciones al gigante asiático así como por la creciente demanda interna en una perspectiva económica mejorada.

La producción récord de Argentina se ve impulsada por un crecimiento del rodeo. Las exportaciones serán altas ya que el consumo interno permanece estancado. Australia continúa siendo afectada negativamente por la sequía en áreas clave de producción, lo que resulta en una disminución del 10% en la producción. Del mismo modo, las condiciones climáticas secas en la UE durante más de un año han provocado una disminución en el rodeo vacuno

Mercado global de carne manufactura – Sus cambios

28 October 2019

Beef trim accounts for a significant portion of a carcass and manufacturing beef about one third of Australian exports. As such, global manufacturing beef prices underpin the value of a large part or, in the case of cull cows and bulls, the vast majority of each animal. And historically the US, as Australia's largest buyer of lean grinding beef, has been the primary driver of that market. However, cyclical and structural changes are underfoot that may see the drivers of the global manufacturing beef market shift in coming years.

As the US herd passes cyclical peak, imported lean trim demand will likely diminish

Australian manufacturing beef exports shifting to Asian markets

Growing competition from low-cost exporters and rise in meat-alternatives

US herd cycle to reduce demand for imported trim over coming years

Over the last decade, the US has imported about 20-35% of its annual domestic lean manufacturing beef requirements (in contrast it has imported 8-14% of overall beef consumption). Over half of US beef is consumed as ground product, typically as a burger through the vast array of fast foods chains that stretch across the country. Over the decades burgers have remained a mainstay of the US diet and underpinned the beef trade from Australia – trim from US fed cattle is typically too fatty to simply grind into a desirable chemical lean (CL) burger mix and requires blending with leaner product.

The primary source of lean grinding beef in the US comes from cull cows and bulls, but is supplemented by imported product depending on domestic availability. As highlighted below, there is almost a one-for-one relationship between domestic US cow and bull beef supply and frozen imported boneless beef – for almost three decades, the total lean beef supply has remained around 1.8 million tonnes boneless weight. Imports have acted as the pressure valve to supply, expanding during periods of US herd growth and declining during herd liquidation as production increases.

Australia is the primary source of frozen boneless beef imports (accounting for 44% of overall volume over the last decade), followed by New Zealand (38%) and Nicaragua (7%) and Uruguay (5%).

Cow and bull beef production has been rising in the US over the last three years – with elevated dairy cow slaughter fuelling growth of late – and is expected to continue on that path over the next few. As such, US



appetite for imported lean grinding beef may be subdued, reflective of the dynamics witnessed amidst the previous US herd liquidation in 2011.

So if US lean imported beef requirements are declining then, as discussed recently, why are imported Australian trim prices to the US at a four-year high? Part of the answer is an Australian dollar trading at the lowest level in over a decade and limited offerings out of New Zealand, but it is also closely linked to rising demand from Asia competing with a strong US consumer market.

The pivot of Asia

The rise of Asia as a manufacturing market is not a recent phenomenon but has accelerated due to growth from China in the last two years. Between 2000 and 2005, Japan, Korea, China and South East Asia accounted for just 30% of Australian manufacturing exports. This share largely grew over the following decade but swung back to 34% in 2015 when acute shortages in the US pulled a lot of product away from the region. However, exports to Asia have since recovered and the region represented 56% of Australian manufacturing exports last financial year.

The use of manufacturing beef across Asia varies between markets and channels, but ranges from western burger chains in Japan, to dumplings in China, to canned corned beef in the Philippines. Australia's share in each market depends on price point and access from often cheaper competitors, such as Indian buffalo or Brazilian beef (neither of which has access to Japan or Korea due to FMD status and India doesn't have direct access to China). However, Australia's food safety and hygiene credentials also position it well in attracting large key accounts, such as multinational fast food chains with high reputational risk exposure.

More recently China has significantly expanded its market presence, buying manufacturing product but also lower value hindquarter cuts that would often be thrown into trim combos if destined for the US market. Australian manufacturing exports to China have increased 91% year-on-year in the first nine months of 2019, while hindquarter primal exports – namely shin shank, knuckles and outside flats – have expanded 86% over the same period.

However, it's not just Australian manufacturing and secondary cuts to China experiencing growth. Australian loin cuts are up 61% year-on-year so far in 2019 and chilled primal shipments have more than doubled. Meanwhile, Chinese beef imports from South America surged in the first seven months of 2019, with Argentina up 122%, Brazil up 6% and Uruguay up 36%, while shipments from New Zealand have risen 90% year-on-year.

As recently discussed, ASF is adding fuel to Chinese demand, but this growth also reflects a maturing of the market and strong consumer demand from a fast emerging affluent consumer class.

A severe economic slowdown in Asian markets could subdue this strong demand growth – which could create a particularly challenging trading environment with the current high volume of cheap commodity beef entering the region. However, consumer markets in Asia have so far proven resilient to ongoing trade tensions and future medium-to-long term demand growth is projected to remain positive across the region as the middle-class populations swell.

Nonetheless, the US will likely remain Australia's single largest manufacturing market, even if its domestic supplies ramp up in coming years. Moreover, the US still has deeper pockets than many Asian buyers and the rise of Chinese competition has more been felt by developing regional neighbours, such as Indonesia and the Philippines.

Competitors nibbling market edges

The tricky part of using past trends to forecast the future is that they cannot capture underlying changes in the market. And you only need to pick up the newspaper to feel like a lot of change is afoot in the global grinding beef market.

Last year McDonalds in the US joined other chains – including Wendy's, Shake Shack and In-N-Out – in featuring fresh-never-frozen beef in their range of quarter pounders. The entirety of Australian manufacturing exports to the US are frozen – on top of greater ease and safety assurances in shipping trim in frozen form, it also supports US grinders in cooling product through the manufacturing process as it is blended with fresh local beef.

While the fresh-never-frozen shift threatens the trim trade with Australia, frozen beef still remains critical to the vast majority of US burger manufacturing – McDonalds is yet to roll out fresh across its entire range – and the economics of the entire US industry moving to fresh don't stack up, especially when it comes to producing burgers at an affordable price point.

The other major shift in the US burger market has been the arrival of plant-based alternatives on menus. Most notable has been the nationwide launch of Impossible burger in Burger King and Beyond burger in Carl's Jr, but a range of other chains are testing the market, or planning to, and a series of new products are also in development.



These plant-based burger alternatives are hitting the market at an affordable price point – typically a small premium to beef burgers – but are yet to win wide-spread approval by customers or businesses to have a noticeable impact on beef demand. Although growth is strong, plant-based burgers of all varieties are estimated to still only represent a tiny portion of the food service burger market by value and they remain very much a niche product in the broader protein mix.

Potentially masking any displacement of beef products has been a humming US economy and a strong consumer market supporting foodservice demand, particularly in quick service restaurants and casual dining. Overall the size of the national burger prize has likely grown in the last couple of years, absorbing both increased beef and any plant based sales. A slowdown in the US economy, which remains a real risk, may see the competitiveness of the market come to the fore.

The other threat comes from cell-cultured meat however the price of these product remains well-above commercial viability. In addition, consumer's still need to come to grips and accept these lab-grown products and they are yet to pass regulatory approval. Cell-cultured meat may compete just as much with their plant-based counterparts than real beef and have many challenges to overcome.

US market may trim down

Cyclical shifts in the US herd are underfoot which will limit demand for imported lean beef trim in coming years. This has happened before and will happen again.

At the same time, demand is growing in Asian markets, propping-up prices, but competition is also rising from lower cost competitors, namely from South America and India.

While manufacturing beef shipments to the US may ease off, this will be driven by imported beef demand on both sides of the Pacific and not the rise of alternative proteins – or, at least, not at this stage. Regardless, the US will likely remain Australia's single largest destination for manufacturing exports, as it has for the good part of three decades.

BRASIL

Subas en los valores de la carne y hacienda bovina

Sexta-feira, 1 de novembro de 2019 No fechamento da última quinta-feira (31/10), as valorizações aconteceram em 17 das 32 praças pecuárias pesquisadas pela Scot Consultoria.

Em algumas regiões, como Tocantins, Rondônia, Goiás e Pará, as altas surpreendem.

Em Goiás, do fechamento do dia anterior para o atual o preço pago à vista pelo boi subiu 1,3% em cada uma das duas regiões monitoradas. Em Rondônia e no Norte de Tocantins a variação foi equivalente. Nestas regiões existem frigoríficos comprando boiadas para a próxima segunda-feira (4/11).

No Pará, foram registradas altas nas três praças monitoradas. Considerando os pagamentos à vista, em Marabá a cotação subiu 1,8%, em Redenção 1,2% e em Paragominas o preço do boi gordo decolou 3,5%. A referência em Paragominas está em R\$164,50, à vista e livre do imposto. O preço bruto à vista está em R\$166,50.

Contudo, destacamos a alta volatilidade do mercado. Existem ofertas de compras de até R\$3,00 a R\$4,00/@ acima e abaixo da referência.

Na praça paulista, o boi gordo subiu R\$0,50/@ na comparação dia a dia e ficou cotado em R\$166,50/@, à vista e livre de Funrural.

Cepea: Ternero, Novillo y carne aumentan de precio

31/10/19 - por Equipe BeefPoint

Os preços do bezerro, do boi gordo e da carne seguiram em alta na maior parte de outubro, impulsionados pela baixa oferta e também pela demanda aquecida, segundo indicam pesquisadores do Cepea. No caso do bezerro (Indicador ESALQ/BM&FBovespa, Mato Grosso do Sul), no acumulado parcial deste mês (de 30 de setembro a 30 de outubro), a alta é de 1,27%, fechando a R\$ 1.386,93 nessa quarta-feira, 30. A média mensal, de R\$ 1.356,07, supera em 1,4% a de setembro e em 11,16% a de outubro/18, em termos reais.

Para o boi gordo, a elevação no acumulado deste mês é de 3,21%, com o Indicador ESALQ/B3 (São Paulo) fechando a R\$ 167,40 nessa quarta – esse é o maior patamar real desde novembro de 2016, quando a média mensal do Indicador foi de R\$ 168,23 (valores foram deflacionados pelo IGP-DI de setembro).

A média de outubro está em R\$ 162,92, respectivas elevações de 2,91% e de 6,76% quando comparada às médias de setembro/19 e outubro/18. No caso da carne negociada no mercado atacadista da Grande São Paulo, para a carcaça casada de boi, houve valorização de 6,81% no acumulado parcial deste mês, com o preço à vista fechando a R\$ 11,60/kg nessa quarta.



Em outubro, a média está em R\$ 11,23/kg, aumento mensal de 4,5% e anual de 11%, também em termos reais. Em termos nominais, ou seja, sem considerar os efeitos da inflação, os patamares observados em outubro para a arroba do boi e para a carne no atacado são os maiores das séries históricas do Cepea, iniciadas respectivamente em 1994 e 2001. No caso do bezerro, os patamares nominais de abril de 2016 superam os atuais.

Abrafrigo: alza de valores era previsible

De agosto a outubro, preços da proteína aumentaram 25%

Estadão Conteúdo 29/10/2019 O aumento de preços de carne bovina no Brasil é inevitável e deve se manter por algum tempo, de acordo com avaliação da Associação Brasileira de Frigoríficos (Abrafrigo).

Em comunicado, o presidente executivo da entidade, Péricles Salazar, afirmou que, de agosto a outubro, os preços da proteína evoluíram 25%, “e não há como deixar de repassar essas elevações ao consumidor, pelo menos enquanto a oferta de bois continuar restrita, o que deverá se manter por algum tempo”.

Para a Abrafrigo, a abertura de novos mercados, a habilitação de novos frigoríficos para mercados já abertos e a oferta enxuta de animais causam a alta. Salazar explicou que as exportações de carne bovina, que costumam representar cerca de 20% da produção total brasileira, estão representando um percentual maior em decorrência das compras da China – que tem demanda por proteína em decorrência da peste suína africana – e da Rússia, além de novos clientes como Indonésia e Turquia.

AFTOSA

CNA discutieron avances en el combate de la enfermedad

Giro Do Boi 29/10/19 - Por Equipe Beefpoint

A Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) participou, na sexta (25), de uma reunião do Grupo Gestor do Programa Nacional de Erradicação da Febre Aftosa (PNEFA) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). A CNA é integrante do colegiado.

O encontro tratou das ações definidas para o setor privado desenvolver dentro do PNEFA e discutiu a possibilidade de se adequar a análise dos serviços veterinários estaduais.

“Vamos também fazer uma proposta de capacitação do produtor em relação à notificação de doença e diagnóstico de febre aftosa para apresentar na próxima reunião. Seria uma ação conjunta entre CNA e Senar”, disse a coordenadora de Produção Animal da CNA, Lilian Figueiredo. Durante o encontro também foi debatida a criação de um plano de comunicação nacional que atenda produtores rurais, profissionais e transportadores.

Segunda etapa da vacunación se inicia en noviembre

28/10/19 - por Equipe BeefPoint

A segunda etapa da campanha de vacinação contra a febre aftosa terá início em 1º de novembro, indo até o dia 30 do mesmo mês. Nesta fase, devem ser imunizados bovinos e bubalinos na faixa etária de zero a 24 meses, o que contabiliza cerca de 4,3 milhões de animais em 240 mil propriedades. “Os pecuaristas gaúchos já deram forte demonstração de responsabilidade e preocupação com a sanidade de seus rebanhos na primeira etapa da vacinação, e agora precisamos manter a mobilização”, afirma o secretário da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (Seapdr), Covatti Filho.

De acordo com o coordenador do Programa de Controle e Erradicação da Febre Aftosa da Seapdr, Fernando Groff, a meta nesta etapa de novembro é ultrapassar os 90% de animais imunizados e de 90% de propriedades cobertas. A primeira etapa, em maio, envolveu 288.875 propriedades rurais com 12,6 milhões de bovinos e búfalos. Foram imunizados 12,5 milhões de animais, correspondendo a 99% do rebanho, em 279.879 estabelecimentos, que representam 96,89% das propriedades no Estado.

Este ano, a vacina teve alterações na formulação, com redução na dosagem de aplicação, de 5 para 2 ml – a vacina passou a ser bivalente, permanecendo a proteção contra os vírus tipo A e O (removido tipo C) e as apresentações comercializadas agora serão de 15 e 50 doses. A composição do produto também foi modificada com o intuito de diminuir os nódulos.

As vacinas podem ser adquiridas em uma das 600 casas agropecuárias credenciadas na Secretaria para a comercialização deste produto. Após imunizar seu rebanho, o produtor terá até 6 de dezembro para comprovar a vacinação junto à Inspeção de Defesa Agropecuária local, apresentando a classificação do rebanho, por sexo e idade, e a nota fiscal de compra das doses aplicadas.

Status sanitário

Atualmente, o Rio Grande do Sul, que é considerado zona livre de aftosa com vacinação, busca evoluir seu status sanitário. Em setembro, o Estado passou por auditoria do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para a retirada da vacinação. A Seapdr ainda aguarda a divulgação do relatório do ministério – enquanto a retirada não é confirmada, as etapas de vacinação ocorrem normalmente.



Productor paranaense deberá registrar su hacienda

Portal DBO 31/10/2019 Ausência de cadastro impede o transporte de animais sob pena de multa Mesmo após o fim da vacinação contra Febre Aftosa no Paraná, os produtores paranaenses deverão manter a atualização do cadastro de animais com interesse econômico que transitam pelo Estado. O procedimento era obrigatório para criadores de bovinos e bubalinos e, com as mudanças no sistema de vacinação, se estenderá para produtores de outros animais, como cabras, ovelhas, suínos, cavalos, jumentos, mulas, galinhas e peixes.

“O procedimento deve ser feito por todos os produtores de animais com interesse econômico, independentemente de ter ou não bovino na propriedade”, afirmou, em nota, o gerente de Saúde Animal e fiscal de Defesa Agropecuária da Adapar, Rafael Gonçalves Dias. A ausência de cadastro impede o transporte de animais sob pena de multa, explica Dias, que também é médico veterinário.

O gerente da Adapar reforçou, ainda, que o interesse da vigilância animal não é apenas em relação à febre aftosa, mas se estende para todas as possíveis doenças. “Nossos objetivos são garantir a rastreabilidade e a sanidade de todo o rebanho paranaense. Nós precisamos saber de onde o animal vem e para onde vai. Em casos de foco, pesquisamos a movimentação de pelo menos seis meses antes da notificação da doença, tanto as entradas como as saídas de animais da propriedade rural. Isso permite que possamos identificar as possíveis origens de foco e, principalmente, os possíveis destinos de animais oriundos dessa propriedade”, explica Dias.

A atualização cadastral e do rebanho pode ser feita online ou diretamente nas unidades locais da Adapar, sindicatos rurais autorizados ou em escritório de atendimento municipal. Se for online, é preciso fazer o cadastro na Central de Segurança do Estado do Paraná no próprio site da Adapar. O prazo para o cadastro será de 1 a 30 de novembro de cada ano e o procedimento deverá ser repetido entre os dias 1 e 31 de maio de cada ano.

COREA DEL SUR: autoridades interesadas en importar carnes de Mato Grosso

Giro do boi 01/11/19 - por equipe beefpoint

O governador Mauro Mendes se reuniu em Cuiabá, com o cônsul da Coreia do Sul que pretende comprar mais carne bovina e Mato Grosso é um dos principais mercados. O cônsul sinalizou que seu país está interessado em abrir mercado na área da pecuária com o Estado que hoje exporta para dezenas de países. Mato Grosso já vende milho e soja para a Coreia.

Esta semana, o embaixador de Israel visitou Sorriso, Diamantino e Cuiabá para conhecer as potencialidades do agronegócio e avaliar ampliação no volume de produtos exportados.

Alberto Fernández debe aprobar el Acuerdo Mercosur – EU

Giro Do Boi 29/10/19 - Por Equipe Beefpoint

A eleição de um partido de oposição ao atual governo argentino não deverá ter impacto no acordo entre o Mercosul e a União Europeia, avaliou o secretário de Comércio Exterior do Ministério da Economia, Lucas Ferraz, um dia depois da vitória da chapa de Alberto Fernández e Cristina Kirchner no país vizinho.

Segundo Ferraz, o acordo UE e Mercosul teve forte apoio da sociedade argentina e é pouco provável que a nova gestão interrompa o processo.

Ele estima que, se tudo correr como o esperado, em meados de 2020 o acordo deverá a ter sua vigência aprovada.

“A convicção (da manutenção do acordo) parte do diagnóstico de que é um acordo muito vantajoso para ambas as partes, Mercosul e UE, e vai trazer vantagens para os consumidores, com produtos mais baratos e acessíveis. Com o tempo, isso vai ficar mais claro”, disse Ferraz, que não acredita que as críticas à postura do Brasil em relação ao meio ambiente por alguns países europeus possa prejudicar a aliança. “Toda essa eventual celeuma que foi criada por questões ambientais vai passar e a racionalidade do debate vai ser retomada e ele vai ser aprovado”, afirmou.

URUGUAY

Diferencial entre el precio de exportación y el del novillo en mínimos de cinco años

31 de octubre de 2019

La escasez de ganado gordo y la extraordinaria demanda de China por carne vacuna impulsaron los precios de la hacienda gorda a valores impensados. Durante todo el año, el precio de la hacienda subió a mayores tasas que el de exportación de la carne vacuna, pero ¿Cuánto tiempo puede sostenerse esta tendencia?, ¿Cuál puede ser el precio en el mediano-largo plazo?

El novillo gordo especial promedió US\$ 4,18 por kilo carcasa en octubre, el mayor valor desde que se tienen registros según la referencia del Instituto Nacional de Carnes.



En los últimos 17 años, el diferencial de precios entre la tonelada de carne vacuna exportada y el novillo gordo fue de 7% a favor del precio de exportación. Pero en lo que va de 2019 la relación estuvo por debajo de ese promedio y en las últimas 16 semanas fue incluso negativa.

Si corregimos el precio del novillo gordo con el diferencial de precios histórico de 7% entre el valor de la hacienda y el de exportación obtenemos un “precio de equilibrio” del novillo gordo de US\$ 3,80 por kilo carcasa.

Parece claro que es temerario presupuestar la ganadería de 2020 con un precio del novillo de más de cuatro dólares por kilo. Si el precio de exportación de la carne se estabiliza en el entorno de US\$ 3.900 por tonelada, el precio lógico de largo plazo del novillo debería situarse entre US\$ 3,75 a US\$ 3,80 por kilo en cuarta balanza.

Si tal fuese un equilibrio aceptable para la industria, se trataría de un buen precio en términos históricos – dependerá de la trayectoria futura del dólar que siga siendo un precio estimulante o no-.

La firmeza de precios debería mantenerse durante 2020 ya que los dos factores principales de la tendencia la escasez de novillos y la fuerte demanda de China no parecen cambiar. Pero es difícil pensar que puedan sostenerse los muy altos niveles actuales. ¿A qué precios presupuestar el 2020?

Carne uruguaya en China: aumenta la competencia de Argentina y Brasil, señaló trader

31 de octubre de 2019 China mantiene muy firme su demanda de carne con muy buenos valores, aunque la competencia para Uruguay es creciente. Aumenta presencia de Argentina y Brasil en volumen y valor, mientras los costos de producción locales dificultan que cierre la ecuación industrial, señaló a Tiempo de Cambio de radio Rural el trader Daniel Castiglioni, director de la empresa Castitrading, que opera en aquel país desde hace más de diez años.

Castiglioni apuntó que los precios para la carne se mantienen firmes, y las nuevas plantas industriales habilitadas de otros países (como Brasil) no han afectado ni los valores ni la demanda china. Hay un aumento en el precio de la carne de cerdo en las últimas semanas, dijo, lo que ha generado un incremento en la demanda de otras carnes.

Sin embargo, la competencia de Argentina y Brasil es muy fuerte, subrayó. “Uruguay está fuera de la realidad del mercado (...) Argentina ha crecido exponencialmente. Viene moviendo mucha carne y a precios muy competitivos, y no tiene problema de bajar los precios para colocar sus productos”, sostuvo. “Ahora se ve por todos lados el producto argentino, y Uruguay se ve con poco volumen y lo que hay, caro”, agregó.

Castiglioni informó que Uruguay está vendiendo su carne US\$ 100 o US\$ 200 por encima de Argentina y que si bien se paga algo más, hay un límite para ese sobrepeso, que fluctúa entre 10% y 15%. “El tipo de carne de Uruguay que está yendo a China es mejor, mientras que Argentina está mandando en muchos casos alguna vaca flaca o de inferior calidad”, contó.

El precio local del ganado respecto a la región y los costos de Uruguay son determinantes para que actualmente los números de la industria frigorífica “no den”, remarcó el operador. “El negocio está muy difícil”, insistió.

Defendió la trazabilidad como elemento de ventaja comparativa, aunque todavía es necesario enfocarse en capitalizar ese valor agregado y que el cliente lo vea y lo exija, dijo.

Anuga: poco y caro

31/10/2019 - Uruguay vende el rump & loin Hilton hasta en US\$ 1. 000 más caro que Argentina.

El complejo cárnico uruguayo volvió a tener una destacada participación en la feria de la alimentación Anuga, en la ciudad alemana de Colonia, a principios del corriente mes de octubre. El stand del Instituto Nacional de Carnes lució reluciente, con boxes en los que cada industria recibía a sus clientes, los espacios comunes donde trabajaban brokers y traders, y el segundo piso con la degustación de carnes y vinos del país.

Pero las visitas no fueron en el número que los uruguayos están acostumbrados. Los boxes de los exportadores durante varios períodos de los cinco días de la actividad estuvieron sin clientes, algo muy poco usual en ferias anteriores. Es que Uruguay tiene poca oferta y la que tiene es cara, dados los altos precios de la materia prima, en especial en la comparación con los competidores de la región, ya sea Brasil, Paraguay y como, fundamentalmente, Argentina.

Fue notoria la diferencia de interesados en los stands de los vecinos del Mercosur. Argentina fue, de alguna manera, la estrella del hall donde se encontraban los productores de carne del Mercosur. Los exportadores del vecino país cuentan con un saldo exportable muy abultado, derivado de una producción estable, una demanda interna muy deprimida -fruto de la severa crisis económica- y un tipo de cambio muy competitivo. El novillo de exportación en Argentina oscila en el eje de US\$ 2,20 el kilo en pie, incluso agregándole los Ar\$ 3 por dólar que la carne paga de impuesto a la exportación. La oferta para el mercado externo es muy importante, lo que se refleja en una fuerte presión a la baja en los precios del enfriado que coloca en el mercado europeo.



En una situación sin antecedentes, el rump & loin (lomo, cuadril y bife) Hilton que exporta Argentina al viejo continente pasó a cotizar por debajo del precio al que vende Uruguay. Es que la oferta argentina es tan importante que los importadores bajaron fuerte los precios de compra y los exportadores siguieron vendiendo. Uruguay no puede hacer eso: los márgenes de la industria son muy reducidos, si es que existen, aferrándose a referencias que llegan a ser hasta US\$ 1.000 por tonelada superiores a las que vende Argentina.

Las dificultades para conseguir oferta de novillos terminados a pasto en Uruguay han hecho que las exportaciones dentro de la cuota Hilton en lo que va del ejercicio 2019/20 sean significativamente inferiores a las de años anteriores, con algunos industriales que desde la propia feria de Anuga manifestaron la casi certeza de que Uruguay no completará este cupo. Al 18 de octubre se llevaban exportadas 2.117 toneladas, 20,5% menos que en el mismo lapso del año pasado y 26,4% de la cuota restando poco más de una semana para llegar al primer tercio del período.

Más allá del mercado europeo, la presencia de importadores chinos volvió a ser notoria en la feria de Anuga, con una activa participación y con un mercado muy firme. Esto se debe a la severa escasez de proteína animal en ese mercado, derivada de la epidemia de fiebre porcina africana que diezmo la cantidad de cerdos y la producción de carne porcina no solo en China sino en varios países del continente asiático. Pero al igual que en el caso de los europeos, la participación de importadores chinos era más números en los stands de Argentina y Brasil que en el de Uruguay.

También se advirtió la participación de importadores de Israel. En este caso donde realizaron más contactos fue en Paraguay, que está vendiendo el delantero kosher a precios inferiores a los demás países de la región.

Hamburguesas vegetales.

Uno de los destaques dentro del hall de las carnes era la presencia de las hamburguesas vegetales. Dos de los principales importadores europeos están trabajando con marcas que producen este tipo de hamburguesas y las promocionaban -incluso con degustación de por medio- en el hall cárnico. Además, Marfrig también ofrecía la hamburguesa vegetal que, en convenio con ADM, comenzó a elaborar en su planta brasileña en la localidad de Várzea Grande, estado de Mato Grosso. Pero en este caso no se encontraba en el stand de las carnes de Marfrig, sino en un hall contiguo. Federación Rural insiste en el pago del ganado en tercera balanza

29/10/2019 - Está finalizando la instalación de los últimos escáneres de tipificación en plantas frigoríficas.

El proceso de instalación de los escáneres para la tipificación electrónica en las plantas frigoríficas está finalizando, y más allá de que "es un sistema que da objetividad a las definiciones", la Federación Rural (FR) insiste en el pago del ganado en tercera balanza.

El representante de la FR en la Junta del Instituto Nacional de Carnes, Guillermo Villa, aseguró a Rurales El País que la gremial "sostiene que lo mejor es usar la tercera balanza, ya que se saca lo cualitativo y no lo cuantitativo", y sumó: "La tercera balanza despeja dudas, de ahí para adelante la industria puede sacar lo que quiera porque la res es de ellos y ya están definidos los kilos a pagar".

De todos modos, Villa señaló que los escáneres en las plantas "generan confianza entre el productor y la industria". Al mismo tiempo, dijo que algunos frigoríficos están utilizando los escáneres a modo de prueba para chequear su funcionamiento.

Explicó que la instalación de los escáneres "además de proporcionar información, otorga la garantía de que esa media res que se observa, si se traslada a otro frigorífico, tendría que rendir lo mismo", aseguró el dirigente gremial. "Las fotografías no serán enviadas al productor porque son muy pesadas, pero por 90 días quedarán disponibles en la página de INAC", añadió Villa.

Turquía cortó la emisión de permisos para la importación de ganado en pie

28/10/2019 - Gobierno respetará permisos emitidos hasta el 25 de octubre.

Las autoridades de Turquía determinaron cortar la emisión de permisos para todo el mundo para la importación de terneros en pie, confirmó a Rurales El País el Presidente de la Unión de Exportadores de Ganado en Pie.

Rodrigo González señaló que la medida se concretó el pasado viernes 25 de octubre. Y explicó que el objetivo del gobierno turco es "regular el mercado, la oferta y sus precios".

Explicó que "no es la primera vez que sucede", porque en Turquía "siempre están intentando regular el mercado, generalmente no lo hacen bien, pero es lo que buscan hacer cada año".

De todas maneras, González dijo que las autoridades turcas respetarán los permisos que fueron emitidos hasta el pasado 25 de octubre, que tendrán un tiempo máximo de carga el 30 de noviembre.

Ingresos ganaderos en máximos de 18 años

31 de octubre de 2019

Empiezan a emerger los datos del resultado del ejercicio pasado (2018/19) y los ingresos económicos alcanzan máximos desde que se comenzó a llevar la cuenta (2001/02), con variantes por zonas, según el



relevamiento de 90 empresas ganaderas realizado por el Instituto Plan Agropecuario a través de las Carpetas Verdes.

El ingreso promedio de todas las empresas ganaderas relevadas, antes de pagar renta e intereses, fue de US\$ 87/ha. Se consolidó como el mayor en 18 años y fue 4 dólares superior al mejor resultado que se había obtenido en 2012-13.

El "ambiente" jugó a favor de los productores en el ejercicio 2018/19:

-Desde el punto de vista climático, las abundantes lluvias en el verano permitieron un buen crecimiento y alta disponibilidad de las pasturas –contrastante con el déficit hídrico del año anterior-.

-Los costos de producción bajaron respecto al ejercicio pasado, aunque si se compara con el promedio de los últimos 18 años está un 20-30% por encima. El efecto dólar –valorización de 13% en el ejercicio y la ocurrencia de un año climáticamente más amigable para la producción ganadera, tuvieron incidencia en la reducción de los costos.

-Los precios de venta logrados por los productores tanto de vacunos, ovino como de lana crecieron respecto al ejercicio pasado.

Carlos Molina, director del Instituto Plan Agropecuario dijo a Tiempo de Cambio de radio Rural que “Hicimos el análisis de resultados sacando el impacto de la valorización del stock por un aumento de precios. Una valorización que tuvo un impacto de entre 20% y 30% en el producto bruto estrictamente por cambios en el mercado”.

El rubro ovino tuvo un impacto positivo en el ingreso económico de las empresas fundamentalmente en los criadores del norte que es el grupo de productores que más ovinos tiene y que en el ejercicio anterior fueron los únicos que mostraron una mejora en el resultado gracias al producto ovino y a la lana fina que se logró vender a un promedio de US\$ 10 por kilo con máximos de US\$ 14 por kilo.

“Estos buenos resultados, tras un año con resultados magros y con problemas de liquidez y endeudamiento, permiten al productor reacomodar saldos de cajas, liquidar pasivos y generar en algunos casos una caja de ahorro. No es una situación generalizada de bonanza, porque la heterogeneidad está arriba de la mesa –hubo empresas que tuvieron resultados de US\$ 200 y US\$/ha 4-, y porque salimos de un año de sequía”, explicó Molina.

Por zona y por actividad:

Ciclo completo del Norte, Litoral Norte y Centro Norte: el producto bruto crece un 40% a US\$ 210/ha debido a más kilos vacunos producidos y a mejor precios, más kilos ovinos y a mejor precios y más lana y a mejor precio (lana fina). Los costos caen 8% a US\$ 88/ha aunque permanecen 20% arriba del promedio de los últimos 18 años. El ingreso de capital llega a US\$ 122/ha y el ingreso neto a US\$/ha 97 –con una renta estable de US\$ 65/ha-.

Ciclo completo del Este, Noreste y Centro Este: el producto bruto crece un 24% a US\$ 215/ha debido a más kilos vacunos producidos y a mejor precios, menos kilos ovinos pero compensados por mejor precios y la misma cantidad de lana pero a un mayor precio. Los costos caen 7% a US\$ 101/ha aunque permanecen 15% arriba del promedio de los últimos 18 años. El ingreso de capital llega a US\$ 114/ha y el ingreso neto a US\$/ha 87 –con una renta estable de US\$ 65/ha-.

Criadores del Norte, Litoral Norte y Centro Norte: el producto bruto crece un 12% a US\$ 170/ha debido a más kilos vacunos producidos y a mejor precios, mismos kilos ovinos pero compensados por mejores precios y más kilos de lana fina y a un mayor precio. Los costos caen 3% a US\$ 105/ha aunque permanecen 5% arriba del promedio de los últimos 18 años. El ingreso de capital llega a US\$ 65/ha y el ingreso neto a US\$/ha 40 –con una renta estable de US\$ 65/ha-.

Criadores del Este, Noreste y Centro Este: el producto bruto crece un 20% a US\$ 190/ha debido a más kilos vacunos producidos. Los costos caen 12% a US\$ 95/ha aunque permanecen 2% arriba del promedio de los últimos 18 años. El ingreso de capital crece 90% y llega a US\$ 95/ha y el ingreso neto a US\$/ha 73 –con una renta estable de US\$ 65/ha-.

PARAGUAY

Concluyen trámite en busca de exportar carne al Japón

31 DE OCTUBRE DE 2019 - El Senacsa presentó ayer al embajador del Japón en Paraguay, Naohiro Ishida, los documentos oficiales con miras a que sea abierto el mercado nipón para los productos cárnicos nacionales, informó el presidente de dicho ente.

El Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal (Senacsa) completó y presentó ayer toda la documentación requerida por las autoridades sanitarias del Japón, con miras a esperar una auditoría de dicho país a nuestro sistema de producción de carne, explicó a ABC el presidente del organismo, José Carlos Martín. Detalló que se trata de 1.200 páginas de documentaciones para los ministerios de Agricultura y Ganadería y de Salud del Japón.



Agregó que el proceso de estudio por parte del Japón del informe del Senacsa, podría llevar unos seis meses para que tenga respuesta. Añadió que ya fue agendada una visita al Japón para enero del año que viene, para conocer las exigencias técnicas de ese mercado.

Comentó que dicho país tiene registrados más de 7.000 locales de fast food, con lo que el panorama que se abre para comercializar la parte delantera del animal es importante.

El titular de Senacsa informó que el Japón es posiblemente el mercado más exigente del rubro y el tercer mayor importador de carne bovina del mundo.

“Abrir Japón requerirá mucha paciencia, pero creemos que es posible su apertura en pocos años”, acotó.

Por otra parte, durante la reunión realizada entre los actores de la cadena de la carne de nuestro país, incluyendo el sector público con el privado, con la misión empresarial y diplomática de Taiwán, José Carlos Martín señaló a la prensa que en nuestro principal mercado de la carne, que es Chile, se ha mejorado la participación con respecto al año pasado entre un 15% y un 20%, pero debido a la situación económica del país transandino, los precios de nuestros productos han caído ligeramente, cerca de 250 dólares por tonelada, debido a la devaluación de su moneda.

A su vez, el presidente de la Cámara Paraguaya de Carnes, Korn Pauls, manifestó que los embarques de carne paraguaya hacia Chile están yendo normalmente, a pesar de las circunstancias políticas que se vive en ese país, y que las compras de noviembre ya se hicieron. En los próximos días se estarán realizando las negociaciones para los envíos de diciembre. Admitió que el mercado más complicado es actualmente Europa, donde Argentina está vendiendo en forma avasalladora, por lo que el precio cayó en unos US\$ 2.000 por tonelada, y “fuera de la cuota Hilton, no existe ese mercado”, aseveró.

UNION EUROPEA

Continúa el impulso de las exportaciones de carne de cerdo de la UE durante el mes de agosto

25/10/2019

De acuerdo con los últimos datos dados a conocer por la Unión Europea, durante el pasado mes de agosto los Estados miembros exportaron carne de cerdo por un valor de 494 millones de euros, lo que supuso 132 millones más que en 2018, un 36,6% más. En el total de septiembre de 2018 a agosto de 2019 la UE llevaba exportadas 5.565 millones de euros, cifra que supone un 15,5% más que en el mismo periodo anterior.

En cuanto a otras carnes, la que sigue en relevancia por el valor de exportaciones es la de aves con 136 millones de euros para el mes de agosto, un 1% menos que en 2018. De septiembre de 2018 a agosto de 2019 suma un total de 1.640 millones de euros en exportaciones, lo que es un 6,3% más que en el mismo periodo anterior.

En cuanto a la carne de vacuno, la UE exportó en agosto productos por 83 millones de euros, un 4,5% más que en 2018 y en el caso del ovino/caprino, fueron exportadas productos por 16 millones de euros, durante agosto, un 58% más que en 2018.

El valor mensual de las exportaciones agroalimentarias de la UE en agosto de 2019 continuó creciendo en comparación con el nivel de agosto de 2018, llegando a 12.070 millones de euros, un 5,6% por encima del año anterior. Sin embargo, las importaciones disminuyeron ligeramente a 9.140 millones de euros, un 0,2% por debajo del nivel de agosto de 2018. Como resultado, el superávit comercial mensual agroalimentario fue de 2.930 millones de euros.

En cuanto a las categorías de productos, el aumento en los valores de exportación fue impulsado en particular por el trigo (+142 millones de euros, + 39%), la carne de cerdo (+132 millones de euros, + 36%), licores y licores (+125 millones de euros, + 12%), leche en polvo y suero (+82 millones de euros, + 26%) y queso (+52, + 15%). Por otro lado, bajaron las exportaciones de animales vivos (-74 millones de euros, - 27%).

ESTADOS UNIDOS

Firme la demanda de hacienda de la industria frigorífica

October 28, 2019 01:53 PM Beef packers continued to show signs that they still need cattle to meet the demand. Cash cattle in the south traded from \$109 to \$111, depending on early-traded cattle and quality of the cattle. The north also remained strong with cash sales up to \$112, with dressed cattle bringing \$175.

As we progress into the fall and early winter months the Choice/Select spread is staying wide and could potentially increase as we close in on the holiday rib season.

The potential for a wider Choice/Select could easily drive live cattle up to the mid teens, as the packer continues to chase higher grading cattle. Even as of Friday, some packers were still willing to push the market if they could get their hands on front end cattle.



Márgenes del sector frigorífico se elevaron a US\$300 por cabezas

October 30, 2019 Beef packer profit margins climbed back above \$300 per head last week on a \$5 per cwt. rally in beef cutout prices. Cattle feeding margins slipped \$15 per head lower, with closeouts showing losses of \$25 per head. For the week ending Oct. 26, 2019, the packer/feeder margin spread was \$328, or \$52 higher than the previous week, according to the Sterling Beef Profit Tracker.

Cattle feeding margins, however, are improving. A month ago losses were estimated to be \$154 per head. The packer/feeder margin spread has also declined from a peak of \$553 per head in early September.

A year ago cattle feeders found profits of \$36 per head on closeouts the last week in October, while packers saw profits of \$218, for a spread of \$180.

Feeder cattle represent 72% of the cost of finishing a steer compared to 74% a year ago.

The Beef and Pork Profit Trackers are calculated by Sterling Marketing Inc., Vale, Ore.

Farrow-to-finish pork producers saw their margins decline \$9 per head, putting losses at \$16 per head. Lean carcass prices traded at \$56.94 60.68 per cwt., \$3.74 per cwt. lower than the previous week. A year ago pork producer losses were \$1 per head. Pork packers saw average profits of \$31 per head, an increase of \$5 from the previous week.

Sterling Marketing president John Nalivka projects cash profit margins cow-calf producers in 2019 will average \$124 per cow. That would be 13% lower compared to the \$162 estimated average profit for 2018. Estimated average cow-calf margins were \$164 in 2017, \$176 in 2016, and \$438 per cow in 2015.

For feedyards, Nalivka projects an average profit of \$33 per head in 2019, which would be \$9 better than the average of \$24 per head in 2018. Nalivka expects packer margins to average about \$192 per head in 2019, about \$23 higher than in 2018.

For farrow-to-finish pork producers, Nalivka projects an average profit of \$3 per head in 2019, as compared with an average profit of \$1.35 per head in 2018. Pork packers are projected to earn \$16 per head in 2019, about \$4 less than the \$20 per head profits of 2018.

Los 4 grandes acusados de acciones monopólicas

October 29, 2019 America's four largest beef packers face another lawsuit claiming antitrust violations, this one filed by a distributor.

California-based Pacific Agri-Products Inc., filed suit Oct. 16 accusing Cargill Inc., JBS USA, National Beef Packing and Tyson Foods, among others, of allegedly conspiring to control beef prices since 2015. The suit was filed in the 8th District Court for the District of Minnesota.

Pacific Agri-Products, Inc., "distributors and exporters of quality food products," claims the defendants "publicly signaled" their collective intent to reduce slaughter volumes by closing or idling beef plants or by halting expansion plans and that those actions artificially pushed beef prices higher as supplies were subsequently reduced.

The complaint is the first by a distributor against large U.S. beef packers and is similar to separate accusations filed against chicken and pork processors in the last year. Other companies named in the lawsuit include Swift Beef Co. and Marfrig Global Foods.

To illustrate how the beef packers cut capacity, Pacific Agri-Products listed a number of plant closing and operational reductions in its complaint.

- Cargill idled a major Plainview, TX, plant in 2013, a facility that was estimated to represent nearly 4% of the entire U.S. beef industry capacity.
- A month later Tyson trimmed production at one of its plants despite reporting to shareholders that it was increasing production to meet increasing demand
- Shortly afterwards JBS purchased an idle plant in Idaho but has yet to open it.
- In 2014 National Beef shut down a California plant and Cargill shuttered one in Milwaukee.
- In 2015 JBS closed six plants and Tyson closed one in Iowa.

During this period the companies reported historically high prices, low production, and adequate supply. "Collectively, these closures reduced the industry's annual slaughter capacity by millions of cattle per year," the complaint says, resulting in underutilization of declining capacity. Pacific Agri-Products alleges executives for the packing companies saw reducing capacity as a great way to improve margins.

Pacific Agri-Products is suing on behalf of itself and all individuals or organizations that purchased beef directly from the defendants. The class period starts as early as Jan. 1, 2015 and continues today. Citing violations of the Sherman Act and the Clayton Act, the plaintiff seeks treble damages, costs and attorney fees for the class, and an order enjoining "Defendants and their co-conspirators" from further violating antitrust laws.



Real MEAT Act requiere mayors consultas para avanzar en el Congreso

October 30, 2019 Placing meat alternatives in the meat case at the grocery store is deceiving, says Congressman Roger Marshall (R-KS). On Monday, Marshall, along with Congressman Anthony Brindisi (D-NY) introduced the Real Marketing Edible Artificials Truthfully (MEAT) Act, a federal bill to require plant-based and cell-cultured protein products to be labeled as “imitation” meat.

During AgriTalk on Wednesday, Congressman Marshall shared his concern about regulation of these products with guest host John Herath, news director at Farm Journal.

People want to know what they are eating and deserve to have a proper label on cell-cultured protein and plant-based products, Marshall said.

“USDA doesn’t regulate it because it’s not food,” Marshall said. “FDA is supposed to be overseeing it since it’s a drug, I guess. We just want to call it what it is.”

He’s frustrated that current law doesn’t prevent the misuse of the word beef.

“Certainly, we think the word beef is sacred,” he admitted. “We have spent so much time and money on science proving what it is and how good it is for people. It’s not fair for these people to use the term beef around it.”

Herath likened it to the dairy industry and dealing with products that call themselves milk. Although current legislation does not define beef, Marshall said the Real MEAT Act will help USDA define the term and clear up any confusion.

“First, we need to have it in the proper department at the grocery store, not sitting next to the ground beef. Second, there’s no science behind the pink goo. We have no idea the long-term impacts of it,” he said.

Cell-cultured protein needs to be regulated like any drug, he added.

As a physician and obstetrician, Marshall said he wants to know what his patients are eating and that there’s good, long-term, nutritious facts around it.

Herath agreed that regulation of these products falls into a gray area.

“Here you’ve got a product claiming to be a meat product that isn’t under USDA inspection,” Herath said.

People need to know what they are eating, Marshall said. He believes the Real MEAT Act will make the FDA take better ownership of these products and determine if cell-cultured protein products are a drug or a food.

More information is needed to understand the safety issues of these alternative products.

“We have no idea of the safety that this product is going through,” he said. “Does it need to be refrigerated? If so, at what temperature? What happens if it gets too cold? What happens when you freeze it? There’s a protein breakdown. What does that protein become? I’m a biochemistry major. I think there are a lot more questions than answers.”

Grupo de Consumidores alerta sobre el consume de carnes “vegetales”

Center For Consumer Freedom October 28, 2019 02:00 PM

The Center for Consumer Freedom (CCF) is placed a full-page ad in The New York Times that puts the unappetizing ingredients of “plant-based meats” on display. As nearly 50% of consumers incorrectly believe plant-based proteins to be healthier than real meat, CCF believes it is important for the public to know what they’re eating.

“Plant-based meat” is ultra-processed. Many of these products boast dozens of ingredients. The National Institutes of Health found that ultra-processed foods can cause weight gain and overeating, which can contribute to a variety of health problems.

While fake meat companies are hoping to exploit stories about the need to reduce consumption of real meat, according to recent findings in the Annals of Internal Medicine, reducing red meat consumption has little to no effect in reducing the risk of heart disease, cancer, or stroke. In addition, even if all Americans were to stop consuming all products produced from animals U.S. greenhouse gas emissions would decrease by 2.6%.

This is the fourth ad in CCF’s effort to educate the public about “plant-based meat”. Previous ads on the subject have run in USA Today, The Wall Street Journal, and The New York Post. On the website CleanFoodFacts.com, you can find a tool for consumers to review the ingredients in a wide assortment of “plant-based meat” products.

CCF managing director Will Coggin commented: “Plant-based meat” is a factory-made, ultra-processed imitation, not a medley of vegetables. Despite what people who hawk the product may believe, fake meat is not healthier than real meat.”

Proyecto para restringir el uso de “Product of the U.S.A.” en productos cárnicos

Mike Rounds, U.S. Senate Published 11:52 a.m. CT Nov. 1, 2019

South Dakota and American cattle producers raise the best beef in the world. Many families specifically seek out these high-quality products when choosing what beef to purchase at the grocery store. However,



some families may not realize that not all meat labeled “Product of the U.S.A.” is actually beef from cattle raised within the United States. Current federal regulations include a loophole that allows beef from livestock born, raised and slaughtered in foreign countries to be labeled “Product of the U.S.A.” as long as the beef undergoes additional processing at a plant in the U.S. This is wrong.

Senator John Thune (R-S.D.) and I recently introduced legislation to address this issue. The U.S. Beef Integrity Act would make certain that the “Product of the U.S.A.” label only goes on beef and beef products exclusively derived from one or more animals born, raised and slaughtered here in the United States. We also wrote a letter to U.S. Department of Agriculture (USDA) Secretary Sonny Perdue in support of administrative changes that would prevent beef from cattle born, raised and slaughtered in foreign countries from being labeled as a “Product of the U.S.A.” This change would be a win for both consumers and our hardworking cattle ranchers here in the U.S.

Consumers deserve transparency when they’re purchasing beef. When South Dakota families purchase beef labeled “Product of the U.S.A.,” they should know with certainty that it is coming from one of our top-quality producers. This does not mean we should close the door to other options as well – far from it. I’m glad we have a vast array of choices when we do our grocery shopping. Our bill simply closes the misleading labeling loophole so you’ll never be unsure where your beef came from when you’re at the grocery store meat counter.

When consumers have greater choice, it results in more innovation in the market and fairer prices. Earlier this year, I introduced legislation that would open up new markets for South Dakota producers. Our bill would allow meat and poultry products inspected by state Meat and Poultry Inspection (MPI) programs to be sold across state lines. Right now, 27 states have state inspection programs that meet or exceed federal inspection standards. However, under current law, products processed at these facilities can’t be sold across state lines. Producers have to take extra steps if they want to expand their market reach.

Our farmers and ranchers work hard to deliver the best and safest food products in the world. When I purchase beef at the store, I want to know with certainty that it is an American product. Our beef labeling bill and our meat inspection bill will provide consumers with greater transparency and choice when they’re at the grocery store

Adverten que Fiebre Porcina Africana podría haber ya ingresado a América del Norte

01/11/19 - por Equipe BeefPoint Um forte aviso foi dado à indústria de suínos de que a Febre Suína Africana (ASF) já pode ter atingido a América do Norte.

Falando no webinar Global Meat News sobre a epidemia, o Dr. Scott Dee, da Pipestone Veterinary Services, disse acreditar que o ASF já está na América do Norte, apesar das melhores autoridades para impedir que ele chegue ao continente.

“As chances de manter o vírus fora da América do Norte são muito pequenas. Importamos muitos produtos da China nos quais o vírus pode sobreviver. Meu palpite é que o vírus já entrou no país e o entra regularmente no nível do porto. O que temos a nosso favor é que ele não pulou para porcos, então não o vimos replicar. Acho que estamos sendo bombardeados com isso no nível do porto.”

Impacto no mercado suíno

Se atingir a América do Norte, Dee disse que teria um impacto dramático no setor. “Estamos [analistas] estimando uma perda de US \$ 16 bilhões para a indústria agrícola dos EUA no primeiro ano, não poderemos exportar carne de porco e haverá impacto em outras proteínas”.

Ele aconselhou os produtores a “elevar a biossegurança aos níveis mais altos”, a fim de evitar a propagação da doença.

Durante o webinar, o diretor de carnes da GIRA Rupert Claxton explicou que haverá um declínio de 18 milhões de toneladas na China este ano, com previsão de 6 milhões de toneladas para 2020. Ele alertou que, embora isso proporcione uma oportunidade de vender carne de porco para a China nos próximos cinco anos, não duraria para sempre.

Claxton acrescentou que alguns produtores estão optando por negligenciar os mercados domésticos para ganhar mais agora, mas que isso pode exigir um reequilíbrio abaixo da linha.

Também falando no webinar, Zoe Davies, diretora executiva da National Pig Association, nos mostrou o que está sendo feito no Reino Unido para impedir a entrada da doença no país, mas disse que as medidas atuais não são adequadas e que é preciso fazer mais.

O executivo-chefe da Global AgriTrends Brett Stuart encerrou as apresentações e alertou que a China nunca se recuperaria totalmente em termos de produção de carne suína e duvidou que os produtores globais pudessem compensar o déficit. Ele também disse que alguns produtores de quintal na China estão tentando tirar vantagem do aumento dos preços da carne suína, reiniciando a produção sem esperar que uma vacina seja desenvolvida para ganhar dinheiro agora.

“Esses agricultores estão desesperados e assumindo riscos. Eles assumem que receberão ASF novamente, mas eles ganham até US \$ 400 por cabeça, por isso estão apostando nessa aposta. Esse



desespero no mercado não é bom para os esforços chineses de conter o ASF e está levando a um comportamento irresponsável.”

AUSTRALIA

Informe sobre la situación de la industria

RMAC Says Trade Agreements Critical to Australia and Red Meat Jobs
29 October 2019

The Australian red meat industry has urged both sides of Parliament to proceed with ratification of two critical free trade agreements without delay, following the release of a Joint Standing Committee on Treaties (JSCOT) report.

The report (#186 tabled 9 October 2019) into the Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) and Australia-Hong Kong Free Trade Agreement (A-HK FTA) determined that the IA-CEPA and the A-HK FTA are in Australia's national interest. The Committee therefore recommended binding treaty action in both cases.

“The Australian industry strongly endorses the JSCOT outcomes for both the IA-CEPA and A-HK FTA,” said Red Meat Advisory Council (RMAC) Chair Don Mackay.

“Indonesia is a vitally important trading partner for the Australian live cattle and beef industry – along with a steady requirement for sheep meat. Combined, the existing trade was worth over a \$1 billion in 2018. The benefits of ratifying IA-CEPA and securing more trade certainty with a key export market are unsurpassed – particularly at a time of global trade disruption.”

In addition, the implementation of the A-HK FTA promotes a closer economic relationship between Australia and Hong Kong and will ‘lock in’ Australia's current duty free access for red meat products.

“The A-HK FTA will complement the benefits our sector has derived from the China-Australia Free Trade Agreement as well as Australia's other trade agreements throughout Asia – bilaterally with Japan and South Korea, regionally with ASEAN and via the Trans-Pacific Partnership (TPP-11),” Mr Mackay said.

“In 2018 alone, we exported just over 7,000 tonnes of beef to Hong Kong, worth \$96 million, demonstrating the critical importance of diverse markets to returning prosperity back to Australia's red meat businesses and regions.

“We applaud the efforts of the Australian Government in pursuing trade reform globally and look forward to the ratification of these two agreements in the Parliament, and the subsequent entry into force of both agreements at the earliest possible opportunity.

“Our industry represents in excess of 80,000 businesses and 405,000 jobs, with a large portion of these located in rural and regional Australia.

“For every 10 jobs in our industry, six rely on our trade with the world. Deals like the IA-CEPA are vital for these jobs and vital for our regions, especially Australia's north.

“Trade agreements such as these are integral to helping ensure the cost competitiveness of the Australian supply chain – at a time of weather related challenges and mounting international competition.”

Sequía provoca liquidación de existencias

29 October 2019

Key points:

- Sustained high female slaughter prolongs herd liquidation

- 2019 beef exports on track to be third largest on record

- China demand drives global cattle prices

With continued and widespread dry conditions through winter and into spring, female cattle slaughter has remained elevated, prolonging Australia's ongoing herd liquidation, according to Meat & Livestock Australia's (MLA) Cattle Industry Projections October Update.

On a 12-month rolling basis, the female percentage of adult slaughter remains at 54%, keeping the national herd firmly locked in a contraction phase.

MLA Senior Market Analyst, Adam Cheetham, said the excess turnoff of breeding stock and poor rainfall outlook has resulted in adult cattle slaughter for 2019 being revised higher to 8.4 million head, up 7% on last year.

“Reflecting these higher slaughter levels in the second half of 2019, the national herd forecast for the end of June 2020 has been adjusted lower to 25.5 million head,” Mr Cheetham said.

“A downward trend in adult carcass weights has offset some of the impacts of increased slaughter, despite the number of cattle on feed reaching a new record in the June 2019 quarter, at just below 1.15 million head.

“Beef production has been adjusted higher for the year to reflect the elevated turnoff and is forecast at 2.4 million tonnes carcass weight (cwt), up 4%.



“With finished cattle supplies expected to tighten, and a reduction in the cattle herd and number of calves born from 2017-19, beef production is highly unlikely to exceed 2019 levels over the next two years.”

Mr Cheetham said young cattle prices have largely remained stable through winter, although weather variability has created a disparity between northern and southern regions, with prices in the south considerably stronger.

“Looking ahead, the market is unlikely to see any significant price corrections without widespread rainfall. However, the modest improvement in conditions in the south provides an indication of potential upside, with southern regions currently supporting the north, where conditions are hampering restocker activity,” Mr Cheetham said.

“On the upside, the demand for well finished cattle is showing considerable strength in the market, with prices improving this year and likely to find continued support.”

Mr Cheetham said Australian beef exports have surged in 2019, driven by robust international demand, above average cattle turnoff and an Australian dollar that recently hit a 10-year low.

“In the first half of the year, Australia’s total beef export value reached \$6.8 billion, up 22% for the same period in 2018. On the back of the forecast increase in production, 2019 exports have been revised upwards and are expected to hit 1.19 million tonnes shipped weight (swt),” Mr Cheetham said.

“Reflective of the sustained impact of African Swine Fever (ASF), Australian beef exports to China for the year to September were at 200,000 tonnes swt, up 73% on 2018. Much of this growth has come from a 91% increase in the volume of manufacturing beef, closely followed by blade which has increased 81%, with these cheaper cuts of frozen beef making for an affordable pork substitute.

“Overall, the general global demand outlook for beef remains quite positive, with broad demand factors in key export markets holding. However, there are growing areas of uncertainty, including the ongoing US-China trade tensions.”

EMPRESARIAS

JBS Australia lanzó um sistema de trazabilidade de carne que llega al público

9/10/19 - por Equipe BeefPoint

A JBS Australia anunciou um sistema de rastreabilidade para a King Island Beef como parte de um relançamento da linha.

O sistema de rastreabilidade ligará os clientes da marca ao produtor individual que criou o gado para o corte específico de carne bovina.

O chefe de operações da JBS Southern, Sam McConnell, explicou como o esquema conectará o consumidor aos produtores de carne bovina.

“Já faz 12 meses e será parte de um esquema maior de blockchain sendo implementado pela JBS que permitirá que cortes primários individuais sejam rastreados até o produtor”, disse ele. “Estamos muito empolgados em implementar o sistema inovador primeiro em nossa unidade de carne bovina de Longford, na Tasmânia, onde o gado fornecido pelos nossos produtores de King Island é processado. À medida que o sistema evoluir, será lançado em nossa fábrica no Brooklyn, em Melbourne.”

A empresa trabalha nisso há 12 meses e o gerente de vendas de carne bovina da JBS Southern, Robert Ryan, disse que o esquema de rastreabilidade será reeditado na nova embalagem da marca.

“Redesenhamos a embalagem e imprimimos material promocional sobre o produto, que estará disponível em restaurantes emblemáticos da Austrália que fizeram parceria com a JBS”, disse ele.

“O programa e a marca relançada permitirão aos clientes contar a história de cada produtor individual que fornece o produto, já que esses cortes primários estão sendo comprados e servidos aos consumidores em seu restaurante.

É uma inovação que algumas partes do mercado exigem há algum tempo e estamos orgulhosos de ser os primeiros a oferecer uma solução.”

King Island Beef faz parte do grupo de marcas Great Southern, sustentado pelo inovador Programa de Garantia Agrícola da JBS.

“Além das promessas de aumento que a marca faz, que são sustentadas pelo nosso processo de verificação de terceiros, a marca King Island Beef tem tudo a ver de onde vem – King Island. Portanto, não existe uma marca mais apropriada para lançarmos esse inovador sistema de rastreabilidade do que isso”, acrescentou McConnell. “Como líder no setor de carne bovina de marca, a abordagem moderna e inovadora de rastreabilidade dentro do programa Great Southern garante que clientes e consumidores estejam envolvidos no processo e possam confiar de onde vieram seus alimentos.

“Com a troca contínua de informações no Programa Great Southern entre agricultores, clientes e usuários finais, nossa nova ferramenta de rastreabilidade permitirá que nossos produtores se tornem uma parte essencial da história da marca e de sua proveniência”.



Fonte: GlobalMeatNews.com, traduzida e adaptada pela Equipe BeefPoint.

S&P elevó el índice de JBS de “BB- a ‘BB’

Giro do Boi 31/10/19 - por equipe beefpoint A agência de classificação de risco Standard & Poor's (S&P) elevou hoje as notas de créditos da JBS, maior empresa de carnes do mundo. Em escala global, o rating corporativo da companhia foi elevado de 'BB-' para 'BB'. Em escala nacional, o rating passou de 'brAA+' para 'brAAA'. A perspectiva para a nota de crédito da JBS é estável.

Em nota, a S&P argumentou que a melhora dos ratings da JBS reflete a redução do índice de endividamento da companhia e os “fortes” fluxos de caixas reportados pelo grupo.

Pelas projeções da agência, o índice de alavancagem (relação entre dívida líquida e Ebitda) da JBS atingirá 2,5 vezes no fim deste ano, ante 3,5 vezes no fim de 2017.

Apesar da melhora do rating, a S&P acrescentou que ainda vê a governança da companhia como “fraca”. “Para elevarmos nossa avaliação de administração e governança da JBS, precisamos de um histórico mais longo no que concerne a prevenir, administrar e mitigar riscos”, informou a agência, citando a delação premiada dos irmãos Batista.

A agência também destacou que, desde que o escândalo de corrupção envolvendo os donos da JBS veio à tona, em 2017, a empresa brasileira adotou várias medidas de compliance.

Pilgrim's Pride aportó a JBS benefícios por US\$ 109,7 millones

31/10/19 - por Equipe BeefPoint A americana Pilgrim's Pride, empresa de carne de frango controlada pela JBS, informou nesta quarta-feira que teve um lucro líquido de US\$ 109,7 milhões no terceiro trimestre, quase quatro vezes mais que o resultado de US\$ 29 milhões reportado em igual período de 2018.

Em nota, o CEO da Pilgrim's, Jayson Penn, comemorou a sensível melhora do mercado de carne de frango nos EUA. No terceiro trimestre do ano passado, os frigoríficos americanos sofreram com o excesso de oferta do produto, o que derrubou os preços.

No terceiro trimestre, a receita líquida da Pilgrim's aumentou 3% na comparação com o mesmo intervalo do ano passado, passando de US\$ 2,697 bilhões para US\$ 2,778 bilhões.

Na mesma base de comparação, o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (Ebitda, na sigla em inglês) aumentou 57,4%, somando US\$ 255,6 milhões. Com isso, a margem Ebitda ajustada da Pilgrim's aumentou 3,5 pontos, para 9,3%.

Com ações listadas na Nasdaq, a Pilgrim's é a segunda maior indústria de carne de frango dos Estados Unidos, só atrás da Tyson. A JBS tem cerca de 75% das ações da Pilgrim's, que responde por mais de 20% da receita líquida do grupo brasileiro. No segundo trimestre deste ano, a Pilgrim's contribuiu com 34% do Ebitda da JBS.

Os melhores resultados da Pilgrim's reforçam a expectativa de que a JBS como um todo reportará um resultado forte no terceiro trimestre, dado que o momento para a empresa nos EUA é favorável. A companhia brasileira divulgará o balanço em 13 de novembro.

Além da Pilgrim's Pride, que abrange o negócio de carne de frango na América do Norte e também operações na Europa, a JBS é uma das maiores produtoras de carne bovina e carne suína no mercado americano. O negócio de carne bovina está em um dos melhores momentos nos Estados Unidos, ajudado pela boa oferta de gado e pela demanda aquecida.

Tyson Breaks invierte US\$300 Millones en una nueva planta procesadora de cerdos y vacunos en Utah

October 30, 2019 08:45 AM Tyson Foods broke ground on a \$300-million dollar meat packaging plant in Eagle Mountain, Utah, on Tuesday. This is Tyson's first “case operation” in the west, local reports say.

The plant will specialize in processing beef and pork from the Midwest to go to stores across the western U.S.

“They'll be all beef and pork products, so if you buy a tray of ribeye steaks or ground beef hamburger patties, those are the types of products we make of this operation. Retailers that buy product from us, it'll go to their distribution centers and then they'll send it out to their stores from their distribution location,” Nathan Hodne, a senior vice president with Tyson foods, said in a KSL TV report.

Tyson will become the largest employer in the area and city officials hope it will be a catalyst for more industrial development in one of Utah's fastest growing cities.

Aaron Sanborn, economic development director for Eagle Mountain, told the Daily Herald that the city has been very excited about the opening, and has been working “hand in hand” with Tyson Foods to plan the facility and infrastructure development.

“Tyson is paving the way quite literally for other businesses to be able to move here,” Sanborn added. “Putting in roads, putting in water, sewer infrastructure, that's going to help this area of the city develop and create jobs.”



In the beginning, the plant will need to fill 800 jobs with an annual payroll of \$44 million, but the plant could expand up to 1,200 positions, local reports say.

Tyson selected the Eagle Mountain location because Utah has a vibrant workforce.

“We were looking for a good location to get product to the west coast and this is a great location in regards to getting trucks in with the raw material we need and finished products out to our customers’ great growing area with people and we’ve really enjoyed the community,” Hodne added.

The plant is expected to open in 2021.

Beyond Meat caen sus acciones fuertemente

October 29, 2019 Prices for shares of Beyond Meat sank more than 20% on Tuesday as the lock-up period for early investors ended. The stock is down roughly 45% during October.

As the first plant-based burger company to go public, Beyond Meat became a stunning Wall Street performer, rising to a peak of \$234.90 in late June after it went public at \$25 per share on May 2. By Monday of this week the price had settled back to about \$105 per share, still four times the IPO price.

Trading on Tuesday, however, was steady around the \$84 mark, or about 20% below the previous day’s close. The decline, Wall Street analysts said, was the result of the end of the lock-up, the end of the six-month period of time following an IPO when large shareholders such as company executives and investors representing large ownership, are restricted from selling their shares. It’s a regulation that prevents such large shareholders from cashing in on early market swings.

Analysts said it was unclear whether any of the company’s early investors were among those selling in early deals, but it was expected at least some would cash in which was likely to weigh on the stock in the short run.

“Approximately 3/4 of the shares come unlocked today. What is less apparent, though, is the number of shareholders willing to sell with the stock down well over 50% from its high,” J.P. Morgan analyst Ken Goldman said.

On Monday, with the stock at \$105, Beyond Meat’s valuation was \$6.38 billion.

Of note was that Tuesday’s sell-off came after Beyond Meat announced its first ever quarterly profit and announced it had raised its full-year sales forecast. The company also said it would need to offer more price discounts to its products as competition in the category heats up.

On a call with investors Monday, Beyond Meat CEO Ethan Brown touted the fact the company’s products are now available in 53 countries around the world, and that he is excited about the partnerships the company has entered into. One of those includes a McDonald’s trial in Canada of the P.L.T. (plant, lettuce and tomato) sandwich. However, analysts were lukewarm to the success of the P.L.T., and note that just because McDonald’s is trying Beyond Meat doesn’t mean it will end up on the menu.