

<b>R.#25/012</b>	<b>RESOLUCIÓN</b>		
PSD/6/61/2020	Emisión: 10.02.2025	Página 1 de 4	

**VISTO:** la política de promoción de las carnes uruguayas en los mercados internacionales, impulsada por el Instituto Nacional de Carnes (INAC) en el marco de sus cometidos legales.

**RESULTANDO: I)** la Resolución #20/151 II de fecha 21 de diciembre de 2020, que estipula que se deberá aplicar una etiqueta o rótulo con la Marca Carnes del Uruguay en el exterior de las cajas que se utilicen como envases para la comercialización de carne, subproductos o productos cárnicos originarios de Uruguay, así como en las etiquetas y/o envases primarios, u otros envases y envoltorios asociados al producto;

**II)** el Decreto N° 107/024, de 23 de abril de 2024, que establece las condiciones que regulan la creación y mantenimiento de las marcas sectoriales asociadas a la Marca País, salvaguardando el fundamento e identificación visual de dichas marcas sectoriales;

**III)** el artículo 4° literal a) del referido Decreto aprueba las marcas sectoriales "Uruguay Meats" con sus variantes asociadas "Uruguay Beef", "Uruguay Lamb", "Uruguay Pork" y "Uruguay Poultry";

**IV)** la Resolución #334/024 de Uruguay XXI, de 27 de mayo de 2024, que le encarga a INAC las atribuciones de gestión y autorización de la marca sectorial Uruguay Meats y sus variantes asociadas, otorgándole el derecho de uso en todos los productos, servicios y medios de comunicación que INAC considere apropiados, sin restricciones geográficas ni temporales;

**V)** el numeral 4°) de la referida resolución autoriza a INAC a sublicenciar el uso de la marca sectorial y sus variantes asociadas a terceros, mediante la suscripción de contratos de licenciamiento y uso.

**CONSIDERANDO:** necesario actualizar lo dispuesto por la Resolución #20/151 II, en vista de los cambios que se han generado en los logos utilizados con posterioridad a la misma y la creación de la marca sectorial Uruguay Meats y sus variantes asociadas.

**ATENCIÓN:** a lo dispuesto por los artículos 2°, 3° y 12° del Decreto-Ley N° 15.605 de 27 de julio de 1984, Decreto N° 107/024 de 23 de abril de 2024, la Resolución de Uruguay XXI #334/024 de 27 de mayo de 2024, complementarias, modificativas y concordantes.

<b>R.#25/012</b>	<b>RESOLUCIÓN</b>	
PSD/6/61/2020	Emisión: 10.02.2025	Página 2 de 4

**LA JUNTA DEL INSTITUTO NACIONAL DE CARNES  
RESUELVE:**

- 1º)** En el exterior de las cajas que se utilicen como envases para la comercialización de carne, subproductos o productos cárnicos originarios de Uruguay, así como en las etiquetas y/o envases primarios, u otros envases y envoltorios asociados al producto, se deberá aplicar - al menos una vez-, una etiqueta o rótulo con la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas Uruguay Beef, Uruguay Lamb, Uruguay Pork o Uruguay Poultry, según surge del Anexo I "Logo" que es parte integrante de la presente Resolución.

La ubicación sobre la cual se aplicará la Marca Uruguay Meats en cualquiera de los soportes mencionados será de libre elección.

- 2º)** Se deberán seguir los lineamientos en cuanto a colores permitidos, tipografías de identidad, presentación, aplicaciones y demás, establecidos en el Anexo II "Manual de marca Uruguay Meats" y al Anexo III "Tamaños de aplicación del logo de acuerdo a la caja y la ubicación", que se adjuntan y se consideran parte integrante de la presente. INAC comunicará cualquier modificación que se realice a estos anexos.

- 3º)** Previo al uso de la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas, se deberá enviar la/s propuesta/s de diseño/s de los materiales arriba mencionados al correo [cajaseport@inac.uy](mailto:cajaseport@inac.uy). En caso de querer utilizar el logo de la marca en un tamaño mayor al establecido en el Anexo III, deberán solicitar además una aprobación excepcional de INAC, respecto de ese aspecto del diseño.

Si en el plazo de 5 días hábiles no existiera algún comentario o sugerencia de modificación por parte de la Gerencia de Marketing (GMK), se considerará que la aplicación de la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas cumple con los requisitos detallados en la Manual de marca Uruguay Meats, siendo aprobado su uso por parte del INAC.

Posterior a este plazo el INAC se reserva el derecho de realizar auditorías y revisiones periódicas sobre el uso de la marca en productos, envases y materiales promocionales. En caso de incumplimientos o desvíos de las normas establecidas, INAC podrá requerir al interesado adoptar las correcciones necesarias o suspender el uso de la marca hasta que cumpla con los requisitos exigidos.

<b>R.#25/012</b>	<b>RESOLUCIÓN</b>		
PSD/6/61/2020	Emisión: 10.02.2025	Página 3 de 4	

Las empresas que a día de hoy se encuentren utilizando cajas, etiquetas y envoltorios con el logo Marca Carnes del Uruguay, conforme a la Resolución #20/151 II de fecha 21 de diciembre de 2020, tendrán un plazo máximo hasta el 30 de septiembre de 2025, inclusive, a efectos de cumplir con las obligaciones dispuestas en el presente numeral.

- 4°) La marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas no deberá ser utilizada para asociarla a carnes, subproductos o productos cárnicos cuyo origen no sea la República Oriental del Uruguay. El incumplimiento de esta disposición, incluyendo el uso en productos de origen mixto o extranjero, será motivo de sanciones y puede resultar en la terminación inmediata del derecho de uso. Asimismo, deberá ser utilizada de manera consistente con los estándares de calidad y prestigio asociados a la misma, siendo las empresas responsables por la totalidad de daños y perjuicios causados por cualquier acto u omisión realizado por sí, su personal o subcontratistas, que afecten negativamente el valor, reputación o posicionamiento comercial de la marca o de la imagen de INAC.
- 5°) En todos los casos, quien deba hacer uso de la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas, deberá suscribir de forma previa a la utilización de la misma el "Formulario de Condiciones Generales de Licenciamiento y Uso de la Marca Uruguay Meats", establecido en el Anexo IV que se adjunta y se considera parte integrante de la presente. El mismo se deberá firmar mediante firma electrónica avanzada o firma ológrafa. En caso de que se firme mediante firma ológrafa se deberá enviar el documento original firmado a la sede de INAC, y en caso de que se firme mediante firma electrónica avanzada se deberá enviar a [cajaseport@inac.uy](mailto:cajaseport@inac.uy).
- 6°) Lo establecido precedentemente es sin perjuicio de las obligaciones establecidas por las normas vigentes en materia de sellado, marcado, etiquetado o rotulado de carnes, subproductos y productos cárnicos.
- 7°) Se entiende por etiqueta o rótulo a los efectos de esta Resolución toda inscripción, leyenda, imagen o materia descriptiva o gráfica, escrito, impreso, marcado, grabado o adherido al envase de cualquier producto, o al producto mismo.
- 8°) Lo dispuesto en la presente Resolución entrará en vigencia a partir de su emisión, para los envases o envoltorios asociados al producto, para

<b>R.#25/012</b>	<b>RESOLUCIÓN</b>		
PSD/6/61/2020	Emisión: 10.02.2025	Página 4 de 4	

la exportación de carne, subproductos o productos cárnicos originarios de Uruguay. Sin perjuicio de ello, las empresas dispondrán de un plazo máximo para ajustarse a lo dispuesto en la presente, que se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2026.

Una vez vigente la presente Resolución, quedará sin efecto la Resolución R.#20/151 II de 21 de diciembre de 2020.

- 9°)** A los efectos de lo dispuesto en el numeral anterior, las empresas deberán informar al correo [cajaseport@inac.uy](mailto:cajaseport@inac.uy), en un plazo de hasta el 31 de marzo de 2025, el stock actual de cajas, etiquetas y envoltorios con el logo Marca Carnes del Uruguay, conforme a la Resolución #20/151 II de fecha 21 de diciembre de 2020, así como un estimado en meses de la utilización del stock restante.
- 10°)** Publíquese en la forma de estilo.
- 11°)** Pase a la Gerencia de Administración y Finanzas a sus efectos y a conocimiento a la Gerencia de Marketing.



Conrado Ferber Artagaveytia  
Presidente  
Instituto Nacional de Carnes



Uruguay  
Meats



Uruguay  
Beef



Uruguay  
Lamb



Uruguay  
Pork



Uruguay  
Poultry



# Manual básico para aplicación marcaría

Frigoríficos



La marca "Uruguay Meats", el Manual de identidad visual y sus contenidos están registrados y su gestión, autorización y derecho de uso pertenecen al Instituto Nacional de Carnes de Uruguay (INAC). Todas las otras marcas registradas mencionadas en este Manual, aparecen al solo efecto de precisar información técnica y son propiedad de las corporaciones respectivas.

# 1

## ELEMENTOS BÁSICOS

---



**Uruguay  
Meats**

La presente normativa es una guía para el manejo de la marca gráfica. Este documento fue creado para el uso de los proveedores gráficos, publicitarios y toda persona u organización que trabaje con la marca. En este documento se determinan los lineamientos estéticos y gráficos más emblemáticos de la marca.


De la correcta aplicación de sus reglas y lineamientos, y de la capacidad de crear a partir de los mismos, depende en buena medida la construcción de una imagen sólida y diferenciada.

# 1.1

## Logotipo y construcción

### Colores primarios

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C

 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C

### Isotipo

Es el signo no verbal.

### Logotipo

Es la dimensión visual del nombre de la marca.

### Tipografía

Es el término con el que se designa el tipo de letra.

### ATENCIÓN

El isologotipo no debe ser re-dibujado. Se deben utilizar exclusivamente los archivos digitales.

preferentemente en la versión en positivo a dos colores sobre fondo blanco o brillante.



### Isotipo

Referencia de la inicial del nombre y al contexto institucional, referente al Pabellón Nacional. Es la representación mínima verbal- icónica de la marca.

### Logotipo

Es la referencia verbal o nombre de la marca en dos estilos tipográficos, light y bold.

# 1.1

## Logotipo y construcción

### Margen de seguridad

Para respetar el entorno gráfico, de la marca y de otro elementos, se presenta cómo está definido su espacio de seguridad, partiendo de la estructura del mismo como unidad básica para representar dicho margen.



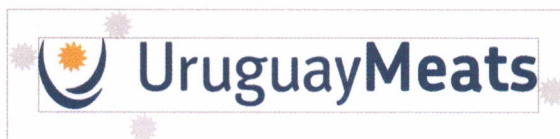
Tamaño mínimo de impresión  
0,6 cm de alto



Tamaño mínimo de impresión  
1,2 cm de alto



Tamaño mínimo de impresión  
4 cm de largo





# 1.1

## Colores corporativos

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El mismo es uno de los principales elementos de reconocimiento y memoria de una marca.


Adicionalmente, determinados colores tienden a disparar respuestas particulares las cuales pueden apoyar los valores asociados a la marca.

Toda la gama cromática presentada en este manual es una aproximación al código universal PANTONE® normatizado. Los valores RGB aquí marcados podrán sufrir variaciones cromáticas dependiendo del equipamiento informático empleado y de su correspondiente calibración.

La paleta cromática se compone de ocho colores. A los tonos institucionales (azul y amarillo) se suman dos neutros y uno complementario diseñado para combinarse entre sí.

# 1.1

## Colores corporativos

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML #FFB71C

 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML #002F6C



# 1.1

## Colores corporativos

### Pantone Oro

 PANTONE 8642 C  
C: 28 % / Y: 37 % / M: 98 % / K: 17 %  
R: 173 / G: 138 / B: 24 - HTML AD8A18

 PANTONE 129 C  
C: 0 % / Y: 16 % / M: 71 % / K: 04 %  
R: 245 / G: 207 / B: 71 - HTML F5CF47

Aplicación en versión Oro, para cortes premium o mercados de especialidad.



(Terminación metalizada Oro)



(Similar Oro para papel)

# 1.1

## Patrones Cromáticos

Se referencia la utilización de la marca en escala de grises. Se empleará cuando por decisiones técnicas, lectura, impresión y/o dimensiones no sea conveniente la aplicación de sus colores institucionales.

 PANTONE Process Black C  
C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 100 %  
R: 0 / G: 0 / B: 0 - HTML 000000

 PANTONE Process Black C 40 %  
C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 40 %  
R: 174 / G: 173 / B: 179 - HTML aeadb3



(Versiones justificada y vertical)





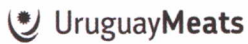
Versión positiva | Versión negativa

  
0 % de saturación | 100 % de saturación

## 1.2 Patrones Cromáticos

Se referencia la utilización de la marca en escala de grises. Se empleará cuando por decisiones técnicas, lectura, impresión y/o dimensiones no sea conveniente la aplicación de sus colores institucionales.

	<b>PANTONE Process Black C</b> C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 100 % R: 0 / G: 0 / B: 0 - HTML 000000
	<b>PANTONE Process Black C 40 %</b> C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 40 % R: 174 / G: 173 / B: 179 - HTML aeadb3






(Versión horizontal)



## 1.2 Patrones Cromáticos

Como regla genérica, el isotipo se recomienda aplicar sobre espacios cromáticos plenos, y para imágenes, donde sea un espacio predominantemente claro o muy oscuro, para mantener la visibilidad de la marca.

	<b>PANTONE 1235 C</b> C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 % R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C
	<b>PANTONE 294 C</b> C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 % R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C
	<b>PANTONE Process Black C</b> C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 100 % R: 0 / G: 0 / B: 0 - HTML 000000



(Versiones justificada y vertical)



Hasta 40 %

Desde 41 %

Estas instrucciones son referencia para aquellos usos sobre espacios patrocinados y espacios no protegidos (eventos patrocinados o emisores externos)

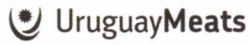
## 1.2 Patrones Cromáticos

Como regla genérica, el isotipo se recomienda aplicar sobre espacios cromáticos plenos, y para imágenes, donde sea un espacio predominantemente claro o muy oscuro, para mantener la visibilidad de la marca.

**PANTONE 1235 C**  
 C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
 R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C

**PANTONE 294 C**  
 C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
 R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C

**PANTONE Process Black C**  
 C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 100 %  
 R: 0 / G: 0 / B: 0 - HTML 000000



(Versión horizontal)



Hasta 40 %

Desde 41 %

Estas instrucciones son referencia para aquellos usos sobre espacios patrocinados y espacios no protegidos (eventos patrocinados o emisores externos)

## 1.3 Usos incorrectos de la marca

- ✓  Uruguay Meats
- ✓  Uruguay Meats
- ✓  UruguayMeats

A modo de ejemplo se representan situaciones incorrectas de manipulación del isotipo, en sus tres posiciones, justificada, centrada y horizontal



## 1.4 Tipografías

Las tipografías, seleccionadas correctamente, aportan personalidad a la marca, la dotan de carácter y transmiten los valores intangibles del proyecto.

Empleadas de forma creativa pueden expresar emociones y crear sensaciones que difícilmente se alcancen con otras herramientas del diseño. En este caso la tipografía principal diseñada especialmente para la marca en su versión Regular Limpia sencilla y con un alto contenido de gestualidad, de fácil reconocimiento y personalidad.

Aporta el punto de equilibrio entre tradición, clasismo y seriedad necesarios para la comunicación de la marca.

## 1.4 Tipografías

### Primaria

La tipografía "Urufont" es una letra especialmente diseñada para la marca país. Es un letra romana, en tres pesos (Regular, Bold, Black y sus versiones itálicas). La misma se inspira en la letra utilizada por Torres García en sus escritos y obras.

### Secundarias

Para el diseño editorial se define la tipografía Georgia, de uso libre, y que cuenta con versión Regular, Itálica, Bold y Bold itálica.

Para soportes digitales se emplea "PT Sans" de uso gratuito, en plataformas web, disponible en "GoogleFonts" en sus variedades de estilos, y para desktop en "Font Squirrel".

### Primaria

## Urufont

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
0123456789

### Secundarias

#### Editorial

## Georgia

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz

#### Web

## PT Sans

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno**pqr**stuvwkyz

# 02

## ARQUITECTURA MARCARIA SUBMARCAS

### 2.1 Arquitectura marcaría / submarcas

Para el uso de marca sectorial se utilizan dos variantes par el uso local e internacional y de promocioinal de los isologotipos asociados a Ministerio e Instituto Nacional de Carnes.


A continuación se presentan ambas variantes y su espacio delimitador para el uso en soportes promocionales e institucionales.



## 2.1 Uruguay Beef

### Colores primarios

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C

 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C



## 2.2 Uruguay Lamb

### Colores primarios

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C


 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C



## 2.4 Uruguay Poultry

### Colores primarios

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C

 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C

 **UruguayPoultry**



## 2.5 Uruguay Pork

### Colores primarios

 PANTONE 1235 C  
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %  
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C

 PANTONE 294 C  
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %  
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C

 **UruguayPork**







En este documento se han previsto las situaciones más frecuentes de la aplicación institucional de la marca Uruguay Meats. Ante situaciones no contempladas en el presente manual deberá consultarse a: Gerencia de Marketing de INAC  
Mail: [marketing@inac.uy](mailto:marketing@inac.uy)

### CAJA ENTERIZA

ZONA DE EXCLUSIÓN	16 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO TAPA VERTICAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO LATERAL MAYOR	28,97mm x 10,88mm
LOGO LATERAL MENOR	28,97mm x 10,88mm



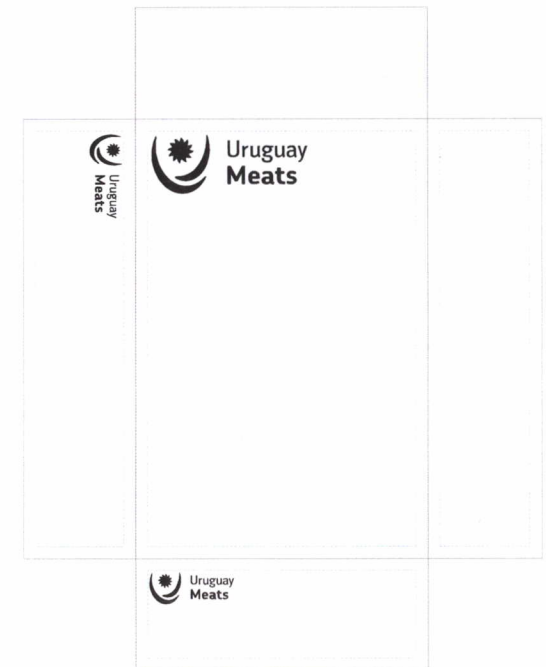
### CAJA COFRE

ZONA DE EXCLUSIÓN	11 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO TAPA VERTICAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO LATERAL MAYOR	28,97mm x 10,88mm
LOGO LATERAL MENOR	28,97mm x 10,88mm



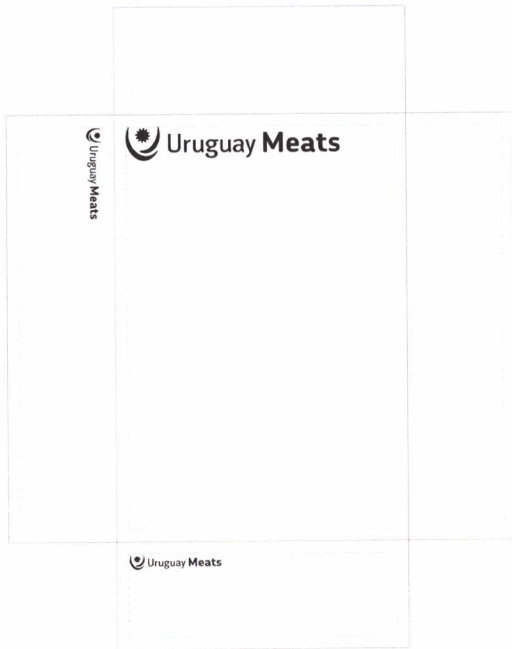
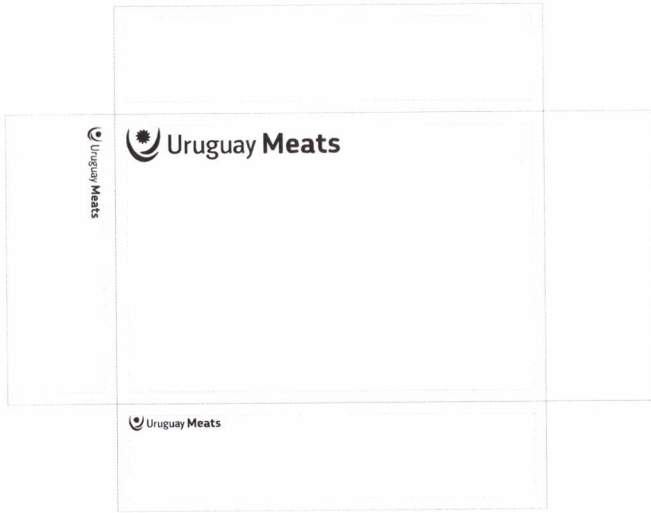
### CAJA GRANDE

ZONA DE EXCLUSIÓN	16 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO TAPA VERTICAL	296,54mm x 113,65mm
LOGO LATERAL MAYOR	28,97mm x 10,88mm
LOGO LATERAL MENOR	28,97mm x 10,88mm



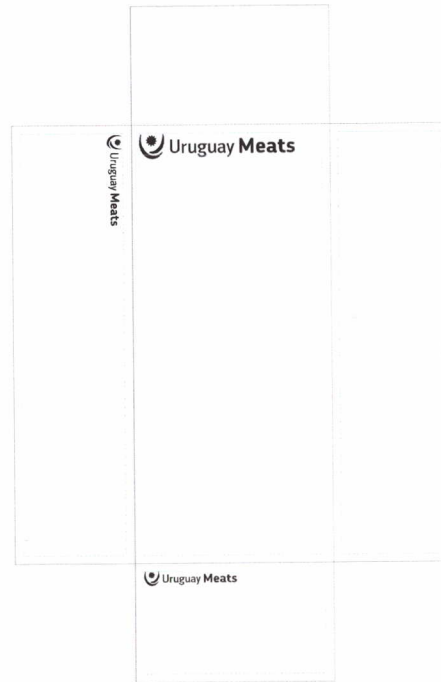
### CAJA ENTERIZA

ZONA DE EXCLUSIÓN	16 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	73,87mm x 12,32mm
LOGO TAPA VERTICAL	73,87mm x 12,32mm
LOGO LATERAL MAYOR	31,63mm x 5,19m
LOGO LATERAL MENOR	31,63mm x 5,19m



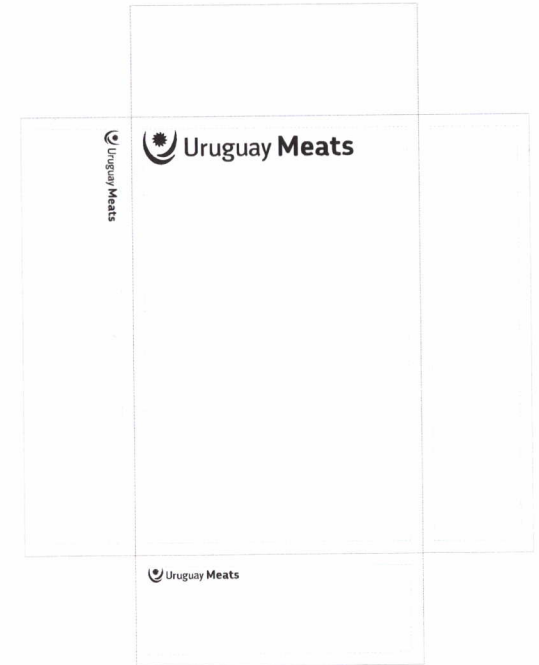
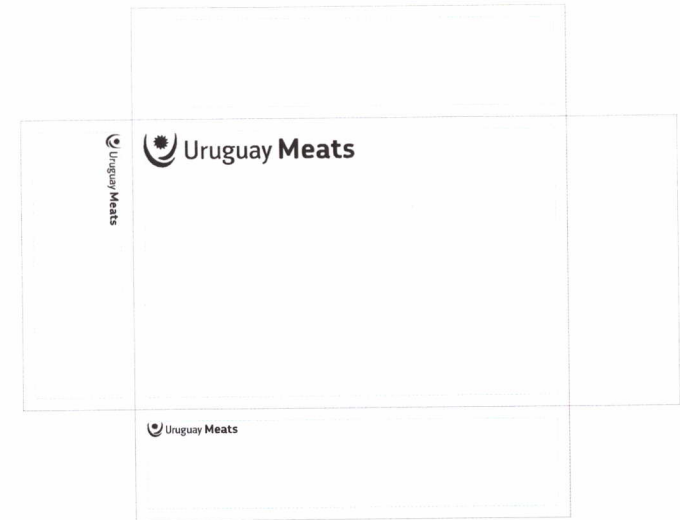
### CAJA COFRE

ZONA DE EXCLUSIÓN	11 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	73,87mm x 12,32mm
LOGO TAPA VERTICAL	53,39mm x 8,98mm
LOGO LATERAL MAYOR	31,63mm x 5,19m
LOGO LATERAL MENOR	31,63mm x 5,19m



### CAJA GRANDE

ZONA DE EXCLUSIÓN	16 mm
LOGO TAPA HORIZONTAL	73,87mm x 12,32mm
LOGO TAPA VERTICAL	73,87mm x 12,32mm
LOGO LATERAL MAYOR	31,63mm x 5,19m
LOGO LATERAL MENOR	31,63mm x 5,19m



## FORMULARIO DE CONDICIONES GENERALES DE LICENCIAMIENTO Y USO DE LA MARCA URUGUAY MEATS

Mediante la presente, el interesado declara conocer y consentir las condiciones para el licenciamiento y uso de la marca Uruguay Meats y sus variantes asociadas, de la cual el Instituto Nacional de Carnes (INAC) tiene atribuciones de gestión y autorización y derecho de uso de acuerdo con lo dispuesto por la Resolución #334/024 de 27 de mayo de 2024 de Uruguay XXI. En cumplimiento de lo estipulado en la Resolución de INAC #25/025 de 10 de febrero de 2025, el interesado suscribe el presente Formulario

**Condiciones generales:** El interesado declara que utilizará una etiqueta o rótulo con la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas Uruguay Beef, Uruguay Lamb, Uruguay Pork o Uruguay Poultry (la "marca") en el exterior de las cajas que utiliza como envases para la comercialización de carne, subproductos o productos cárnicos originarios de Uruguay, así como en las etiquetas y/o envases primarios, u otros envases y envoltorios asociados al producto. Se entiende por etiqueta o rótulo a los efectos de esta Resolución toda inscripción, leyenda, imagen o materia descriptiva o gráfica, escrito, impreso, marcado, grabado o adherido al envase de cualquier producto, o al producto mismo.

Asimismo, declara que lo hará en cumplimiento de lo estipulado en los documentos "Logo", "Manual de marca Uruguay Meats" y "Tamaños de aplicación del logo de acuerdo a la caja y la ubicación", parte integrante de la Resolución de INAC #25/012 del 10 de 2025, los que conoce y consiente.

En ese sentido, INAC sublicencia el uso de la marca al interesado, en forma no

exclusiva, intransferible y gratuita, a los solos efectos de lo mencionado con anterioridad. El interesado no podrá utilizar la marca para ningún otro fin diverso al que refiere el presente, ni podrá exhibir, transmitir o ceder a ningún tercero los derechos de uso que INAC le licencia.

A su vez, el interesado deberá utilizar la mencionada marca respetando lo estipulado en el presente y en la normativa aplicable.

El interesado declara conocer que el uso de la marca implica un compromiso con Uruguay y la promoción del sector cárnico, por lo que deberá respetar y perseguir tales objetivos.

El interesado reconoce y acepta que, con excepción del derecho de uso que expresamente le es otorgado por INAC (quien cuenta con atribuciones de gestión y autorización y derecho de uso de la marca), todo derecho, título o interés en la marca es de propiedad de Presidencia de la República. Por ende, el interesado no puede invocar ningún derecho de propiedad intelectual ni industrial, título o interés sobre la marca.

**Obligaciones del interesado:** Sin perjuicio de lo que emerja del presente, serán obligaciones del interesado: (i) vincular la marca exclusivamente a carne, subproductos o productos cárnicos originarios de Uruguay, asegurando su consistencia y calidad; (ii) utilizar la marca únicamente en la forma permitida por el Manual de marca Uruguay Meats, sin modificarla ni alterarla en modo alguno; (iii) el interesado no podrá, bajo ninguna circunstancia, sublicenciar, ceder o transferir el uso de la marca, ni en forma



gratuita ni onerosa, a terceros sin la autorización expresa y por escrito de INAC. Esta prohibición incluye cualquier forma de comercialización, sublicenciamiento, cesión o transferencia directa o indirecta, o cualquier otra modalidad que permita a terceros ejercer derechos sobre el uso de la marca; (iv) velar por los derechos de propiedad y uso de la marca, y a informar de manera inmediata y proactiva a INAC sobre cualquier infracción, uso no autorizado o posible violación de los mismos del que tenga conocimiento. Esta obligación de notificación incluye reportar cualquier sospecha fundada o incidente que pueda comprometer la integridad o reputación de la marca; (v) no registrar la marca ni otras semejantes a la misma, sea en el territorio nacional o en exterior; (vi) utilizar la marca con la debida diligencia; (vii) abstenerse de cometer o permitir la realización de cualquier acto que pueda perjudicar la marca o la reputación de INAC y el sector cárnico uruguayo.

**Derechos de INAC:** INAC tendrá derecho a realizar el seguimiento y control del uso de la marca, controlando el fiel cumplimiento de este a fin de que las condiciones estipuladas se cumplan en beneficio de los intereses nacionales.

A tales efectos, INAC tendrá derecho de: (i) inspeccionar la actividad del interesado; (ii) solicitar el cese del uso de la marca en caso de que se constate un incumplimiento del presente; (iii) ejecutar cualquier medida razonable a los efectos de garantizar el fiel cumplimiento del presente y del Manual de marca Uruguay Meats.

**Responsabilidad:** Es responsabilidad del interesado utilizar la marca de manera consistente con los estándares de calidad y prestigio asociados a la misma.

Queda estrictamente prohibido utilizar la marca para asociarla a carnes, subproductos o productos cárnicos cuyo origen no sea la República Oriental del Uruguay.

A su vez, se prohíbe cualquier alteración, modificación o reproducción parcial de los logos de la marca. La marca deberá ser utilizada únicamente en su forma original y aprobada por el INAC, sin cambios que puedan afectar su identidad visual o interpretarse como una variación del diseño autorizado.

Cualquier apartamiento a lo establecido en el presente y/o la normativa aplicable le dará derecho a INAC a suspender el licenciamiento de al interesado, pudiendo reclamar adicionalmente todos los daños y perjuicios que le hubiere ocasionado dicho incumplimiento, o imponer las sanciones que estime pertinentes.

Ante la rescisión del presente, así como ante la solicitud de cese de uso debidamente notificada, el interesado deberá dejar de usar, directa o indirectamente, la marca de modo alguno o con fin alguno. Por terminación por cualquier caso del presente y en caso de que INAC constate que el interesado continúa haciendo uso de la marca de modo o fin alguno, el interesado deberá abonar una multa de USD 200 por cada día de utilización no autorizada.

**Indemnidad:** El interesado se obliga a indemnizar y mantener indemne a INAC de cualquier reclamo, demanda o acción, judicial o extrajudicial, de terceros que se promueva contra INAC como consecuencia de la actuación del interesado. En este sentido, en caso de que se produzca un reclamo, demanda o acción de un tercero con fundamento en dicha actuación, el interesado se obliga a costear las costas y costos que incurra INAC en representación



extrajudicial, defensa en juicio y demás que se generen como consecuencia directa del reclamo, así como también, en caso de condena a INAC, al pago de ésta.

El interesado será responsable de todo daño provocado a INAC, sus bienes o su personal.

Asimismo, el interesado declara que será responsable de cualquier acto u omisión realizado por sí, su personal o subcontratistas, que afecten negativamente el valor, reputación o posicionamiento comercial de la marca o de la imagen de INAC, siendo responsable por la totalidad de los daños y perjuicios ocasionados al Instituto.

A los efectos previstos en esta cláusula, el interesado deberá indemnizar a INAC (y resarcirlo ante reclamo escrito y dentro de las 48 horas de recibido este reclamo), aun cuando el interesado hubiese tomado todas las precauciones posibles para prevenir el mencionado daño y se encontrare en cumplimiento de toda la normativa vigente en la materia.

**Ley y jurisdicción aplicable:** El presente acuerdo se registrá por la normativa de la República Oriental del Uruguay. Cualquier disputa que surja del presente o su rescisión estará sujeta a los tribunales competentes de la ciudad de Montevideo.

CONFORMIDAD	
Mediante la firma de este documento, de forma ológrafa o mediante firma electrónica avanzada, el interesado que la suscribe declara conocer y aceptar su contenido, así como el que establece las condiciones generales de licenciamiento y uso de la marca Uruguay Meats o sus variantes asociadas.	
Firma representante acreditado ante INAC	
Aclaración	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
Empresa	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
Fecha	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

