

La carne del Uruguay

«Una ventana al Mundo»

Dr. Luis A. Fratti
Presidente del INAC
Uruguay

Somos Uruguay, 21 noviembre 2013

A man with grey hair, wearing a light blue button-down shirt and khaki pants, stands in profile on the left side of the frame, looking out a large window. The window looks out onto a vibrant green field with a herd of cows in the distance, and a blue lake or bay under a clear sky. The word "INDICE" is written in large, bold, green letters in the center of the image.

INDICE

1- Una ventana al Mundo

2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos

3- Preparándonos para abrirnos a los mercados

4- La paciente tarea de construir confianza

5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

1- Una ventana al Mundo

- La exportación **es una ventana** por donde vemos al mundo de nuestros compradores.



- También a través de esa ventana **nos ven y conocen como país.**
- Las carnes son las embajadoras naturales del Uruguay: nuestra **carta de presentación.**



- Por su ubicación en el sur de América, Uruguay ha estado **alejado** de los grandes flujos comerciales.
- Fuimos tierra «sin ningún provecho» económico, hasta la **introducción de la ganadería** en 1611.
- Romper el aislamiento comercial siempre ha sido un **desafío para los gobernantes**.

Exportaciones de carne vacuna (% del volumen)



- Para el 2004 recién estábamos superando los efectos de la aftosa y en la exportación éramos **absolutamente dependientes** de Estados Unidos.
- Se dudaba de la estrategia de asociar la imagen de Uruguay a nuestras carnes, **para generar valor**.

A man with grey hair, wearing a light blue button-down shirt and khaki pants, stands in profile on the left side of the frame, looking out a large window. The window looks out onto a vast green field with a herd of cows in the distance, and a blue lake or bay under a clear sky. The window frame is dark wood. The word 'INDICE' is written in large green letters in the center of the image.

INDICE

1- Una ventana al Mundo

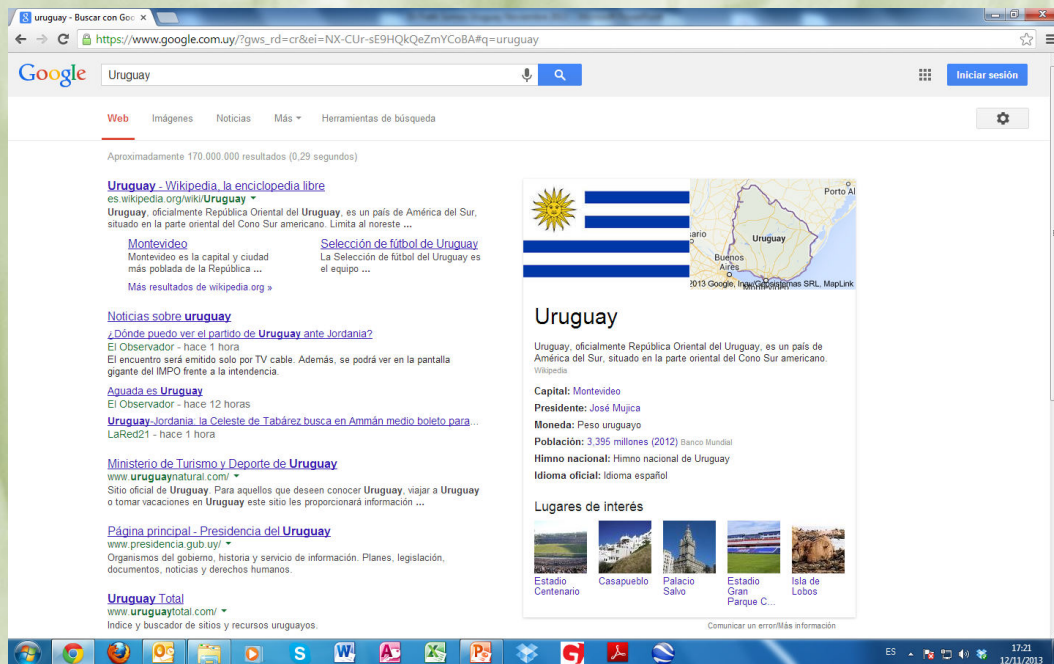
2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos

3- Preparándonos para abrirnos a los mercados

4- La paciente tarea de construir confianza

5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos



The screenshot shows a Google search for 'Uruguay' in a browser window. The search results page displays approximately 170,000,000 results in 0.29 seconds. The top result is the Wikipedia article for Uruguay. To the right of the search results is a knowledge panel for Uruguay, which includes the national flag, a map of the country, and key facts: Capital: Montevideo, Presidente: José Mujica, Moneda: Peso uruguayo, Población: 3.395 millones (2012) Banco Mundial, Himno nacional: Himno nacional de Uruguay, Idioma oficial: Idioma español. Below the knowledge panel are five 'Lugares de interés' (Places of interest) with small images: Estadio Centenario, Casapueblo, Palacio Salvo, Estadio Gran Parque Central, and Isla de Lobos.

Google

¿Uruguay?

Aproximadamente
170.000.000 resultados
(0,29 segundos)

*Crecimiento
Económico*

5° en el Ranking de Crecimiento acumulado del PBI 2003/12, entre los 22 países de América (Fuente: FMI)

Desarrollo Humano

Tercero en América del Sur en 2012
(Fuente: PNUD)

Transparencia

Primero (junto a Chile) en América del Sur en 2012
(Fuente: ONG Transparencia Internacional)

Inclusión social

Primero en América Latina en 2013
(Fuente: Americas Quarterly)



- El INAC contribuye desde el sector cárnico a darle contenido a la marca «*Uruguay Natural*».



- Las carnes se asocian a los quesos y los vinos, en la promoción de «*Un paseo por los sentidos*».



INDICE

1- Una ventana al Mundo

2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos

3- Preparándonos para abrirnos a los mercados

4- La paciente tarea de construir confianza

5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

3- Preparándonos para abrirnos a los mercados



- Enfoque integral de la calidad del producto, siguiendo las recomendaciones de **expertos internacionales**.



- Anticipación para atender **potenciales requerimientos** de las auditorías internacionales en el futuro (estándar en el mercado interno).



- El sistema de «Cajas Negras» es el **gran atributo de transparencia** del sector industrial de carne vacuna. Ayuda a presentar al producto en todo el mundo.



- El Inac sigue los lineamientos políticos generales del país, de promover la **divulgación de información relevante** para los negocios.



- Se **innovó en la forma de comunicar** ciertas cosas a la población. El Asado Más Grande del mundo buscó promover la carne dentro y fuera del país.



- Innovar implica asumir riesgos. En Shanghai 2010 se siguió un camino que **ahora está dando frutos** (China es el principal comprador de carne vacuna de Uruguay en el 2013).

A man with grey hair, wearing a light blue button-down shirt and khaki pants, stands in profile on a balcony, looking out a large window. The view outside shows a lush green field with a herd of cows in the distance, and a large body of water under a clear blue sky. The window frame is made of dark wood.

INDICE

1- Una ventana al Mundo

2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos

3- Preparándonos para abrirnos a los mercados

4- La paciente tarea de construir confianza

5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

4- La paciente tarea de construir confianza



- Se trabajan continuamente en los mercados que son importante hoy o que **pueden serlo en el futuro**, como es el caso de México.



- El **acceso a Corea del Sur** representa un mojón histórico en la lucha por poner fin a la discriminación comercial del denominado «circuito aftósico».



- El INAC trabajó junto a Cancillería en misiones de media duración en la **Federación Rusa y en China**, principales compradores del pasado reciente y la actualidad.



- Simultáneamente con la promoción en Ferias Internacionales (ANUGA), se comenzó a hacer un trabajo de **vía pública** de apoyo a la campaña publicitaria.



- En el 2013 se llega en Alemania a que una importante cadena de restaurantes **promocione las carnes del Uruguay**. El valor de la marca comienza a ser percibido.



- En el 2013 **se inaugura en Uruguay** un restaurante de la franquicia «Uruguay Parrilla Gourmet» que impulsa el INAC.

Lo difícil no es llegar.....



- El sistema de trazabilidad electrónico (del ganado y de la carne) de Uruguay es único en el mundo, y de **gran complejidad tecnológica**.

- Formamos recursos humanos para el sector, desde operarios hasta profesionales que realizan **un posgrado específico**.



.....sino mantenerse



- Inauguración en 2013 del primer **Museo Interactivo** de la carne en el Uruguay en la sede del INAC.



- Se continúa asociando la promoción de la carne a las manifestaciones culturales **más reconocidas y exitosas** del país en el mundo.

A man with grey hair, wearing a light blue button-down shirt and khaki pants, stands in profile on a balcony, looking out a large window. The view outside shows a lush green field with a herd of cows in the distance, and a blue lake or bay under a clear sky. The window frame is dark wood.

INDICE

1- Una ventana al Mundo

2- Una mirada a Uruguay y a sus alimentos

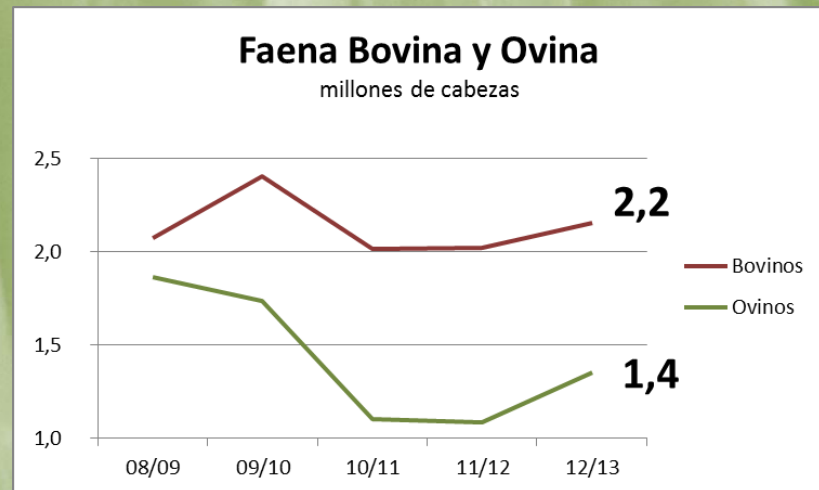
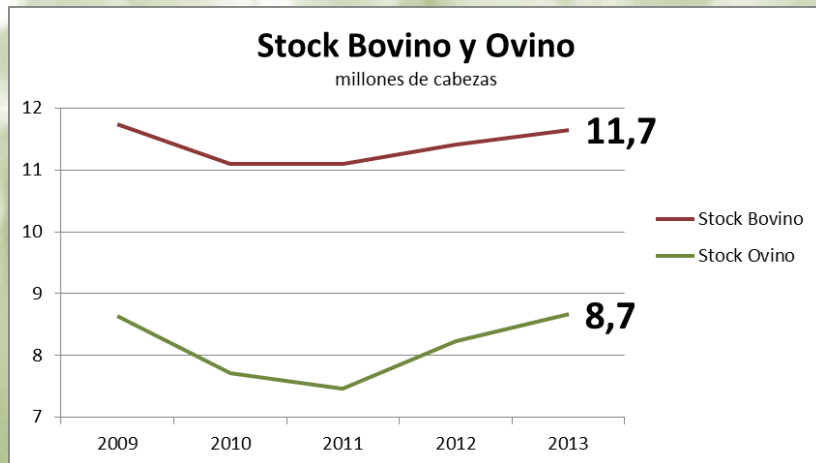
3- Preparándonos para abrirnos a los mercados

4- La paciente tarea de construir confianza

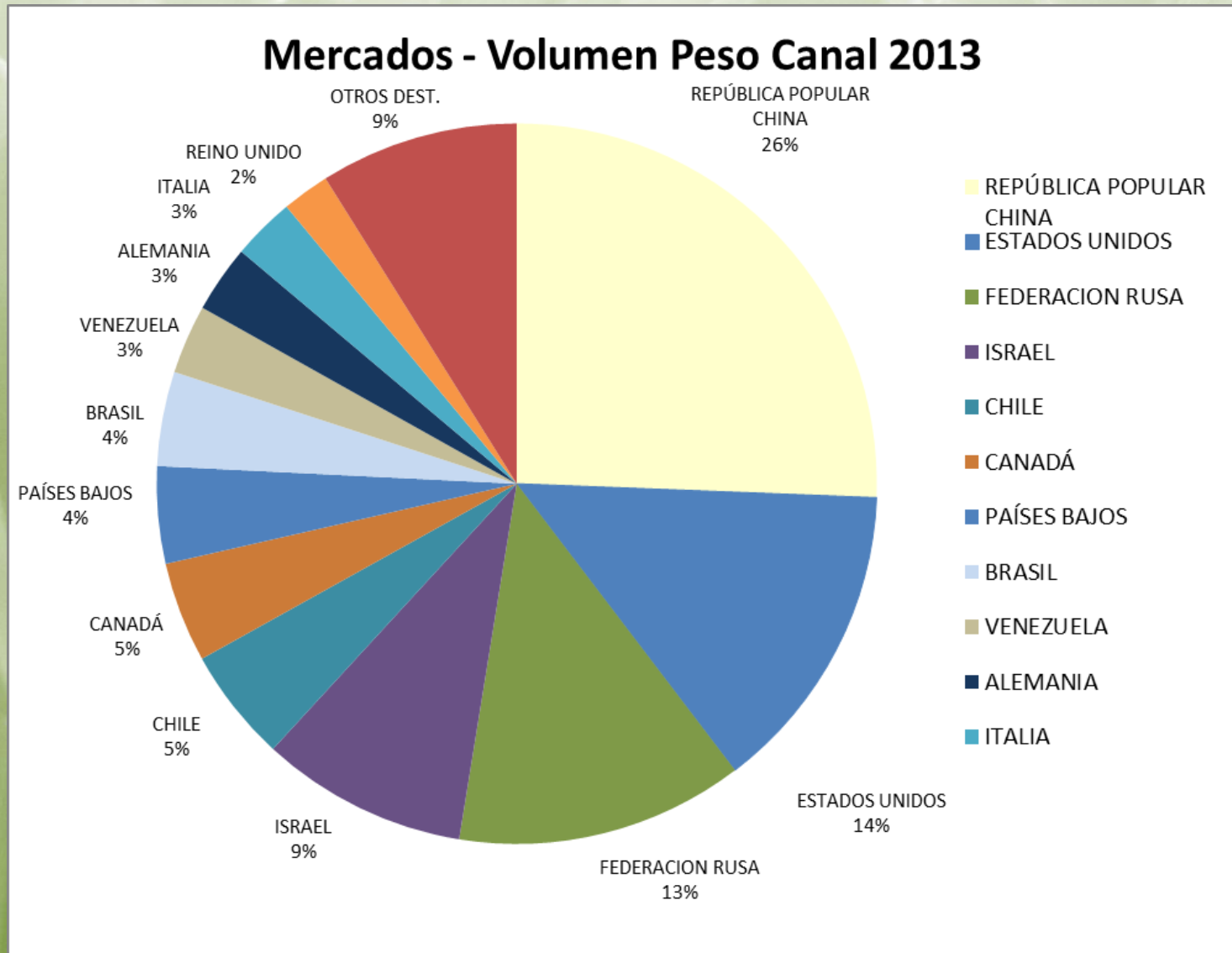
5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

5- El futuro: el sector cárnico del siglo XXI

El futuro de la Producción

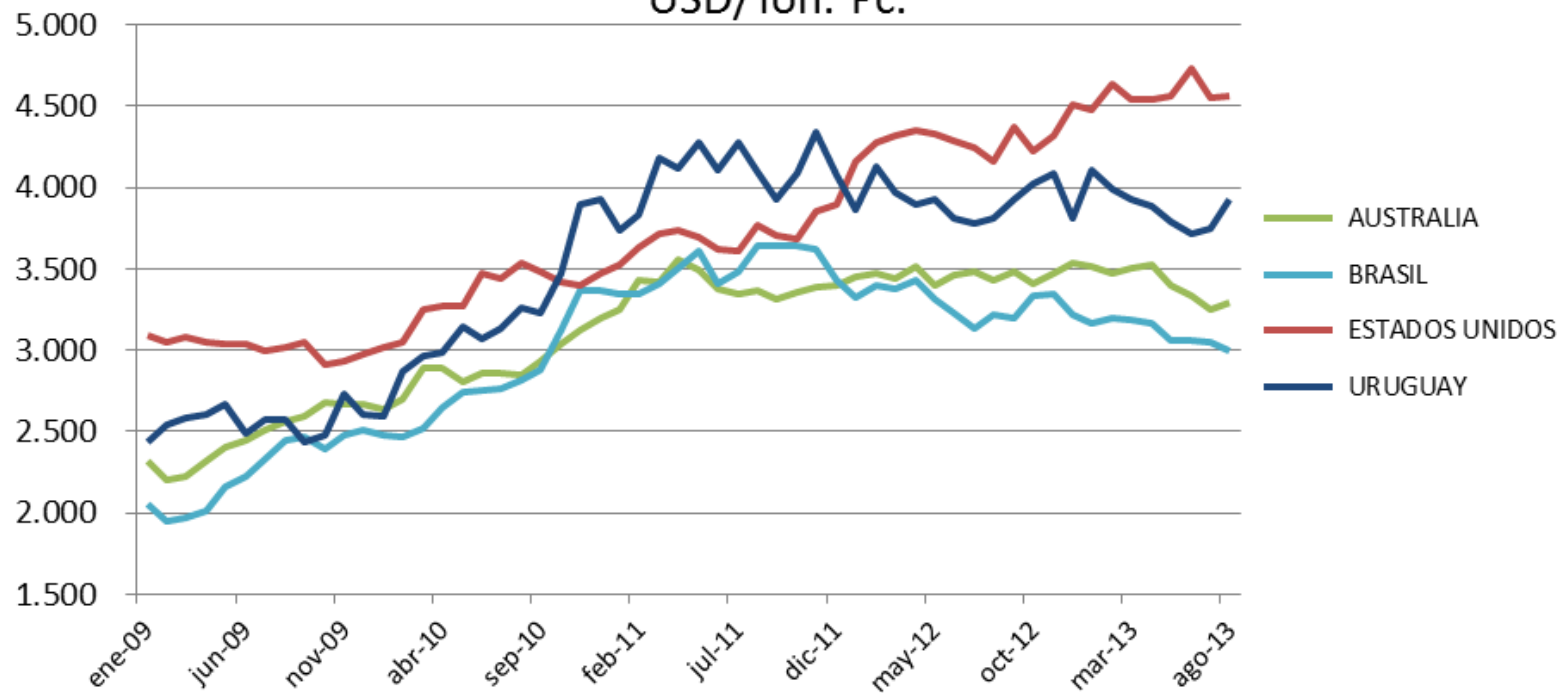


El futuro de las Exportaciones



Ingreso Promedio Carne Bovina Refrigerada

USD/Ton. Pc.



Lo que da sentido a todo el esfuerzo: la gente



- Se continúa trabajando de modo de **integrar** a todos los sectores sociales en la capacitación para trabajar en el sector cárnico.



- Siempre apostando al futuro, se realizan **programas educativos con escolares**, para explicar la importancia de la producción de alimentos en el campo.

Una ventana al mundo



- Finalmente, hoy en día los consumidores del mundo disfrutan de la carne trazada del Uruguay. A través de esa ventana **conocen a nuestro país, a nuestra cultura, a nuestra gente.**

Muchas gracias

