

[Volver al principio](#)

PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE CARNE Y LANA EN SISTEMA PASTORILES: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

F. Montossi^{*1}, J.M. Soares de Lima¹, M. del Campo¹, G. Brito¹

¹ *Programa Nacional de Carne y Lana, INIA Tacuarembó, Ruta 5, km 386, Tacuarembó, Uruguay* * fmontossi@inia.org.uy

Existen crecientes preocupaciones de la sociedad por el consumo de productos animales y textiles que hayan sido producidos y transformados en una forma sostenible. Esta tendencia influye en el consumidor al tomar la decisión de compra, particularmente en los países desarrollados. Por otro lado, en los próximos años, la presión por aumentar el volumen y la eficiencia de la producción de carne será mucho mayor para hacer frente a la demanda insatisfecha prevista. En ese sentido, Uruguay viene cumpliendo un rol de liderazgo en el abastecimiento mundial, ofertando productos cárnicos y textil-laneros a los mercados más exigentes. Al menos en parte, a nivel primario, las tecnologías actuales y futuras podrían contribuir a resolver este desafío. En este contexto, los institutos de investigación nacionales ofrecen una serie de propuestas tecnológicas que permiten aumentar la eficiencia productiva, agregado de valor y el ingreso económico de los productores, con impactos positivos en las cadenas de valor asociadas a estos productos. Sin embargo, es necesario que el uso de estas tecnologías tenga un efecto positivo sobre las preferencias de los consumidores. Allí es donde no existe un consenso en nuestra sociedad sobre este dilema: los potenciales efectos negativos del aumento de la productividad sobre el ambiente y el bienestar animal. El objetivo de este trabajo es: a) recompilar la información tecnológica que permite aumentar la productividad e ingreso de los sistemas ganaderos del Uruguay; b) examinar y discutir la evidencia científica relacionada sobre aquellos factores intrínsecos y extrínsecos relacionados con la cadena cárnica (bovina y ovina) y textil lanera que podría afectar la aceptabilidad de los productos (carne y lana) que ofrece al Uruguay a los consumidores a nivel internacional y c) proponer estrategias y soluciones para resolver muchas de las contradicciones y los conflictos generados entre la intensificación de los sistemas de producciones, cuestiones de sustentabilidad (económicos, sociales y ambientales), preferencias del consumidor, creencias y valores.

[Volver al principio](#)

[Volver al principio](#)

EL TEXTO DEL RESUMEN NO HA SIDO REMITIDO

[Volver al principio](#)

[Volver al principio](#)