

6. PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA CADENA CÁRNICA OVINA DEL URUGUAY

6. INTRODUCCIÓN

El 7 de noviembre de 2008 se llevó a cabo el Taller de la Auditoría Ovina, con representantes de toda la Cadena Cárnica. Los objetivos que se perseguían con la realización del Taller fueron:

- Presentar los resultados de las Fases I y II
- Conocer la percepción de los distintos actores de la cadena
- Cuantificar, priorizar y valorizar los problemas de calidad
- Identificar y priorizar estrategias y tácticas para la solución de los problemas encontrados
- Monitorear la evolución de los problemas detectados en las Auditorías de calidad de carne ovina (2002 y 2007).

6.1 PERCEPCIÓN DE LOS DISTINTOS ACTORES DE LA CADENA CÁRNICA OVINA DEL URUGUAY

La metodología del taller consistió en proporcionarles a los principales actores de la Cadena Cárnica Uruguaya un formulario con los problemas que podrían existir en toda la Cadena. Posteriormente, se les presentaban los datos resultantes de las Fases I y II y se les volvía a dar el mismo cuestionario, con el objetivo de observar cambios en el juicio de los mismos en la definición de cuales eran los principales problemas de la cadena y el producto. Los resultados de ambos formularios se observan en el Cuadro 30.

Cuadro 30. Resultados de formularios

ENCUESTA 1:		ENCUESTA 2:	
1	Problemas de comercialización externa (Acceso a mercados/volumen de oferta/variedad de productos)	1	Transporte y embarque (tipo y estado de camiones y jaulas / manejo durante el transporte)
2	Producción primaria (Estacionalidad y sazonalidad de la producción)	2	Problemas de comercialización externa (Acceso a mercados)
3	Suciedad de los animales (transporte de doble piso)	3	Problemas de comercialización interna (variedad, disponibilidad y presentación de productos)
4	Problemas vinculados al cuero (flechilla)	4	Exceso de grasa de cobertura y grado de terminación
5	Problemas de comercialización interna (variedad, disponibilidad y presentación de productos)	5	Suciedad de los animales (transporte de doble piso)
6	Cobertura de grasa en cortes en exceso	6	Producción primaria (Estacionalidad y sazonalidad de la producción)
7	Transporte (tipo y estado de camiones y jaulas)	7	Decomiso de hígado
8	Sistema de clasificación y tipificación de canales	8	Uniformidad de los lotes
9	Producción primaria (sanidad)	9	Sistema de clasificación y tipificación de canales
10	Conformación de la canal	10	Producción primaria (razas carniceras)

INFORMACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS FASES I Y II

En base a los resultados obtenidos, los participantes realizaron talleres de trabajo de forma de priorizar los principales defectos en la cadena cárnica y en el producto (Cuadro 31).

En la Auditoría 2002 – 2003 se definieron los diez problemas de mayor relevancia, independiente de su relación con la Cadena Cárnica Ovina o con el propio producto. En el Cuadro 32, se observan los problemas definidos durante esta fase en el año 2002 – 2003, pero se los separa en problemas de la cadena y el producto para una mejor visualización y comparación en los encontrados en la Auditoría 2007 – 2008. Los números indican el orden de importancia que se le asignó durante el trabajo del Taller de la Auditoría 2002 – 2003.

6.2 CUANTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS

Luego de definidos los principales defectos, se calcularon según su grado de incidencia las pérdidas económicas causadas para aquellos problemas de calidad detectados en la Fase II, que pudieran ser cuantificados. Se establecieron pérdidas por animal faenado y pérdidas totales según la cantidad de cabezas faenadas para el ejercicio 2007 – 2008 (827.876 corderos). En el Cuadro 33, se presenta la información para ambas Auditorías. Para hacer comparables los resultados se aplicó la

misma metodología, asumiendo para ambas Auditorías los mismos precios e igual volumen de faena (los precios base del año 2008) y a los defectos encontrados en cada oportunidad. Como se observa en el cuadro las pérdidas totales asociadas a los problemas de calidad del producto son de US\$ 1,32 / vacuno faenado y en el total de cabezas faenadas las pérdidas llegan a más de 1 millón de dólares.

6.3 DEFINICIÓN, ESTRATÉGICAS Y TÁCTICAS DE LOS PRINCIPALES DESAFÍOS DE LA CADENA CÁRNICA OVINA DEL URUGUAY

Siguiendo con la metodología del Taller luego de la cuantificación de los problemas se trabajó nuevamente en grupo con la idea de establecer lineamientos estratégicos, tácticas y responsabilidades para cada problema encontrado. A continuación se presenta, para cada problema identificado (“Causas”), la definición de la meta a seguir (“Qué hacer”), las estrategias y tácticas a implementar para su solución (“Cómo hacer”) y la identificación de quién debería liderar y articular las responsabilidades (“Quién/es debe/n liderar y articular”). Los desafíos encontrados se dividieron en estrategias y tácticas a definir para los problemas detectados a nivel de la Cadena Cárnica (Cuadro 34) y para los problemas detectados a nivel del Producto (Cuadro 35).

Cuadro 31. Principales problemas relacionados con la cadena cárnica

	Principales problemas de la cadena cárnica	Principales problemas en el producto
1	Comercialización externa: acceso, volumen, variedad	Animal: predio, transporte, frigorífico, mal manejo, suciedad, muerte
2	Sistemas de clasificación y tipificación	Exceso de cobertura de grasa
3	Razas carniceras (mayor participación)	Heterogeneidad: animales, canales, cortes
4	Producción primaria (reducir estacionalidad)	Problemas en el cuero
5	Producción (incrementar la señalada)	Decomisos de hígado
6	Comercialización mercado interno: variedad, presentación y disponibilidad	Presencia de agentes extraños

Cuadro 32. Principales problemas encontrados en la Auditoría 2002 y Auditoría 2007 relacionados con la cadena cárnica y el producto

Relacionados con la cadena			
Auditoría 2002		Auditoría 2007	
1	Incrementar el stock ovino	1	Comercialización externa (acceso, volumen, variedad)
2	Aumentar los índices de producción en el sector primario	2	Sistemas de clasificación y tipificación
3	Eliminar/disminuir el abigeato	3	Razas carniceras
4	Controlar la sanidad	4	Reducir la estacionalidad
5	Disponer de un sistema objetivo de clasificación y tipificación de canales ovinas	5	Incrementar la señalada
6	Mejorar la coordinación de la Cadena y su transparencia	6	Comercialización mercado interno (variedad, presentación y disponibilidad)
7	Desarrollar estrategias de marketing de la carne ovina		
10	Reducir la zafralidad de la producción		
Relacionados con el producto			
8	Mejorar la limpieza del animal	1	Animal (predio-transporte-frigorífico) (mal manejo, suciedad, muerte)
9	Reducir los defectos en el cuero	2	Exceso de cobertura de grasa
		3	Heterogeneidad (animales, canales, cortes)
		4	Problemas en el cuero
		7	Decomisos de hígado
		10	Presencia de agentes extraños

75

Cuadro 33. Valoración de las pérdidas (US\$/animal faenado, pérdidas totales)

CONCEPTO	Auditoría 2002		Auditoría 2007-2008	
	PÉRDIDAS/ANIMAL	PÉRDIDAS TOTALES	PÉRDIDAS/ANIMAL	PÉRDIDAS TOTALES
Machucamientos	0,71	591,443	0,43	359,836
Decomisos	0,18	145,235	0,13	107,836
Heterogeneidad de canales	0,30	247,7	0,55	458,974
Cuero	1,54	1.274.929	0,20	165,575
PÉRDIDAS	2,73	2.259.308	1,32	1.092.796

Cuadro 34. Estrategias y tácticas a seguir en la cadena cárnica

Causas	¿Qué hacer?	¿Cómo hacer?	¿Quién debe liderar y articular?
1. Comercialización externa: acceso, volumen, variedad			
Problemas del mercado	Planificar negociación		
Sanitario	Generar conciencia de la importancia del rubro ovino	Usar mas información y mantener política agresiva de negociación	Estado INAC
Político			
Gestión			
2. Sistema de Clasificación y Tipificación			
Aplicación parcial		Pago diferencial	MGAP INAC
Ausencia de aplicación	Aplicar y mejorar el sistema	Validación comercial	
3. Razas carniceras (mayor participación)			
	Mayor difusión		Industria SUL INIA
País lanero	Programa de cruzamiento	Programas y negocios	
1. Producción primaria: reducir estacionalidad			
Biotipos	Cruzas		
Falta mercado permanente			
Curva de producción de forraje y costos	Incentivos por mejoras: relación carne/grasa/huesos	Crear y promover sistemas de pago diferencial	Industria SUL INIA
Falta estímulo			
Doble objetivo			
5. Producción: Incrementar señalada			
Sustentabilidad		Lograr mercados	SUL INAC
Negocio residual	Faenar todo el año	Planes de negocio	
6. Comercialización: Mercado Interno (variedad, presentación y disponibilidad)			
Falta de cultura de consumo		Recetas	
Poca promoción		Difusión	
Cortes inadecuados	Promoción y mejorar presentación	Cortes de fácil preparación	Industria INAC
Falta calidad del producto	Control de faena clandestina	Promoción por precios a través de baja impositiva	
Demanda inestable			

Cuadro 35. Estrategias y tácticas a seguir en el producto

Causas	¿Qué hacer?	¿Cómo hacer?	¿Quién debe liderar y articular?
1. Animal (predio, transporte, frigorífico, mal manejo, suciedad, muerte)			
Instalaciones inadecuadas (predio, planta)	Promover mejoras en instalaciones y medios de transporte	Protocolo verificación	Comisión técnica MGAP
Medios de transporte inadecuados	Capacitar		
Manejo pre y pos faena			
2. Exceso de cobertura de grasa			
Lotes desparejos	Logística (entrada a planta)	Mejora de la recría	SUL INIA IPA
Manejo		Capacitación	
Genética		Difusión	
Evaluación			
3. Heterogeneidad (animales, canales, cortes)			
La mayoría proviene de producción lanera	Difundir información	Capacitación	Industria
Sistema productivo complejo	Generar esquema bonificación/castigo	Difusión	
		Sistema de pago	
Falta de estímulo a la producción		Tipificación	
		Mejora de manejo	
4. Problemas en el cuero			
Problemas en la esquila	Concientización	Mejorar manejo	INIA INAC
Manejo en el campo (flechilla)		Capacitación y difusión	
5. Decomisos de hígado			
Quiste hidático	Concientización	Mejorar manejo	SUL
Saguaypé		Capacitación y difusión	
6. Presencia de agentes extraños			
Problemas de transporte	Mejorar manejo predio-faena	Mayor comunicación industria-productor	SUL Industria
Falta de entrenamiento al personal		Capacitación y difusión: Cursos, talleres, manuales	
Largo de lana		Generar esquema bonificación/castigo	

6.4 CONCLUSIONES

• REFERIDAS AL PRODUCTO

- Se constata una reducción significativa de las pérdidas entre Auditorías, donde se destaca una mejora ocurrida en estos últimos 5 años.

• REFERIDAS A LA CADENA

- Generación y procesamiento de la información generada, transformándola a un lenguaje que nos permite hablar un idioma en común.

- Creación de un ámbito de discusión y reflexión que promueve el involucramiento de todas las partes.

- Contribución al desarrollo de un proceso de mejora continua.

Una Cadena Cárnica Uruguaya debe basarse en las siguientes premisas:

- Promover un compromiso compartido entre los diferentes actores de la cadena.

- Fomentar estrategias y alianzas conjuntas entre los diferentes agentes públicos y privados de la cadena cárnica.

- Desarrollar productos diferenciados con alto valor agregado

- Asegurar la inocuidad de los productos cárnicos que Uruguay ofrece al mundo.

- Promover la sostenibilidad de los recursos naturales donde producimos nuestras carnes.

- Fomentar las buenas prácticas de manejo que mejoran la calidad del producto (ganado, canal y carne) respetando el bienestar animal.

- Contribuir a una justa distribución del valor a lo largo de la cadena cárnica.