

***Diferenciar para crecer,
oportunidades para Uruguay***

Lic. Luis M. Bameule

4^o Congreso “Del Campo al Plato”

20 de Noviembre, 2006

Contenido

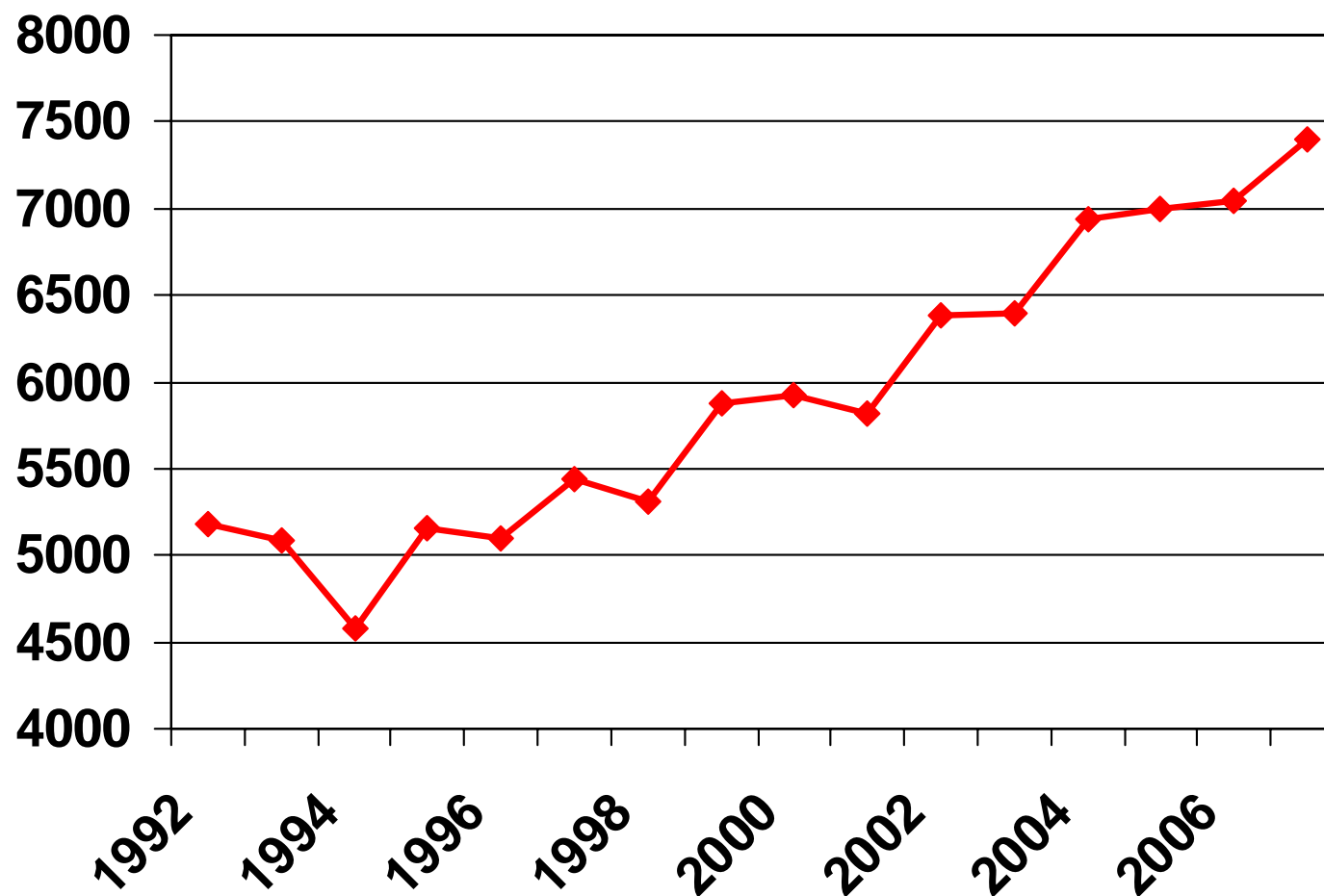
- El marco mundial y el MERCOSUR como abastecedor de proteínas

- Uruguay en el MERCOSUR
 - ¿Por qué la diferenciación es el camino para el país? Oportunidades para Uruguay

- Los niveles de diferenciación
 - País, procesos, productos

El marco mundial y el MERCOSUR como abastecedor de proteínas

Evolución exportaciones mundiales, 1992-2007



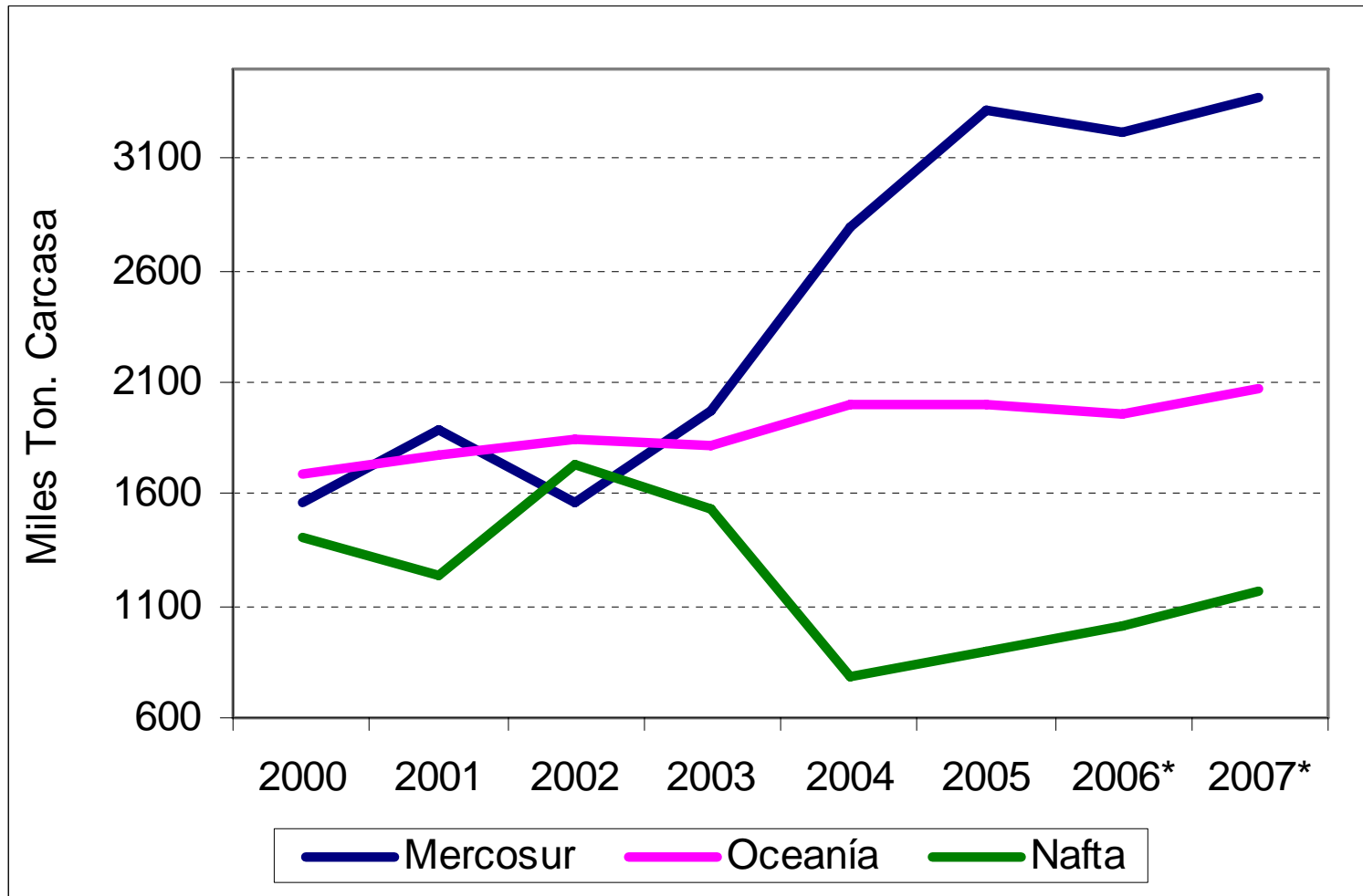
Fuente: USDA

Lic. Luis Bameule – Noviembre de 2006

Evolución exportaciones mundiales

- A nivel totales, meseta alta
- Pérdida de protagonismo de UE, EEUU y Canadá
- Estabilidad en Australia y Nueva Zelanda
- Creciente participación de Brasil
- Argentina y Uruguay

Evolución Exportaciones: Principales Bloques



Oferta y demanda de carne bovina en la U.E.

AÑO	PRODUCCIÓN	EXPORTAC.	CONSUMO	/DEFICIT
2002	7.454	550	7.419	(515)
2003	7.353	441	7.588	(676)
2004	7.281	360	7.523	(602)
2005	7.102	300	7.602	(800)
2006	7.000	250	7.700	(950)

Uruguay en el MERCOSUR

- ¿Por qué la diferenciación es el camino para el país?
- Oportunidades para Uruguay

Niveles de Diferenciación

Niveles de diferenciación: País

- Estabilidad y claridad en las reglas
 - Políticas, económicas, fiscales
- Confiabilidad Sanitaria
 - Servicios sanitarios, controles, no anabólicos
- Acceso a mercados: sanitarias y comerciales
- Trazabilidad
- Políticas sectoriales transparentes (Cuotas)
- Estándar Industrial
- Sistemas de información
 - Faena, Precios, exportaciones, censos.

Niveles de diferenciación: Procesos

- Altos estándares de la Cadena Productiva
 - Genética superior, producción eficiente, bienestar animal, etc.
- Sistemas de producción específicos
 - Natural, feedlot, orgánico, razas
- Aseguramiento de la calidad y buenas prácticas de producción
 - USDA *Process Verified Carne Natural*, Eurepgap
- Industriales
 - Tecnológicos
 - Religiosos: Kosher

Niveles de diferenciación: Productos

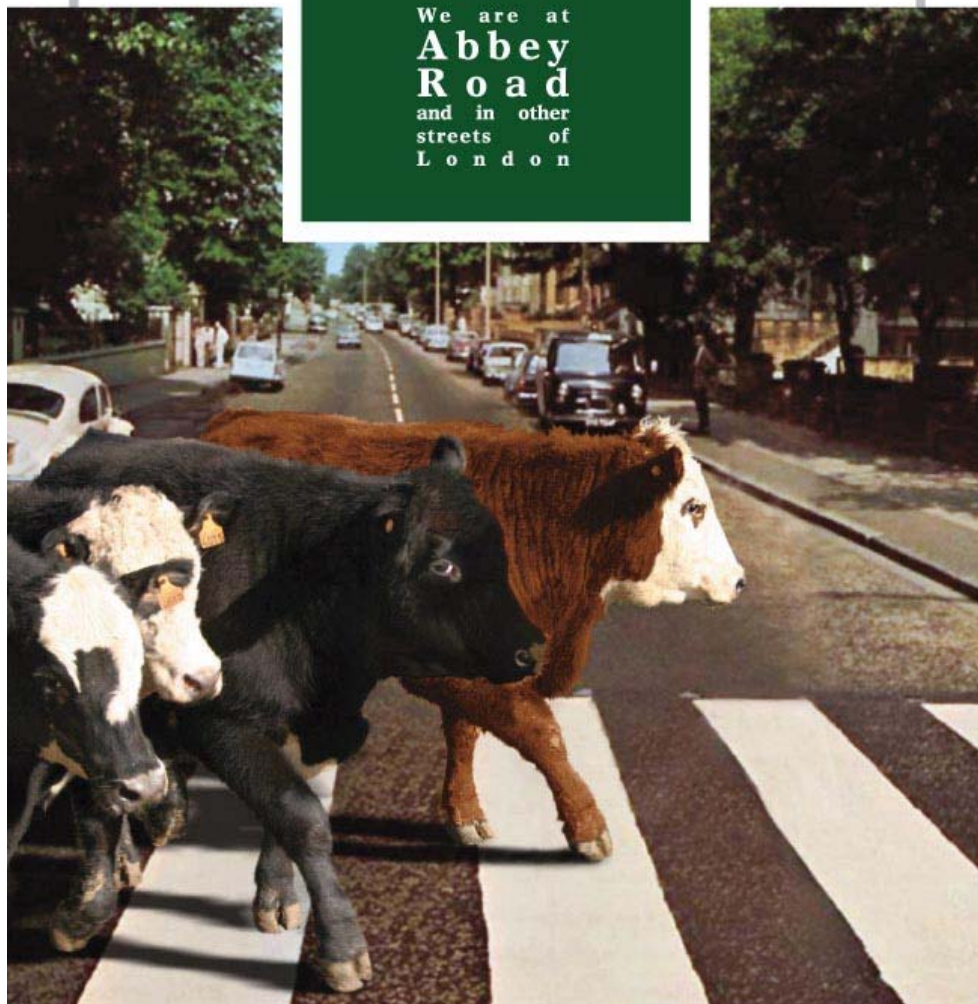
- Productos tradicionales
 - Cuartos compensados, cortes al vacío, carnes cocidas y enlatadas
- Productos con mayor valor agregado
 - Hamburguesas, porciones controladas, platos pronti para calentar o para cocinar , snacks, kebabs, ingredientes, etc.

Diferenciarse

- Set de características que hacen diferente nuestra propuesta de valor
- Permite el posicionamiento y la integridad de marca (sea de país, empresa, producto)
- Hacia la sustentabilidad de un modelo
- *Respetabilidad*

Estamos en
**Abbey
Road**
y en otras calles
de Inglaterra

We are at
**Abbey
Road**
and in other
streets of
L o n d o n



¡Que Viva
España!

