



Uruguay Trazabilidad en Vinos

“Vitivinicultura”

III Red Iberoamericana

Montevideo

9-10 octubre 2014

I.Na.Vi.

(Instituto Nacional de Vitivinicultura)

Atribuciones y cometidos:

- Promover el desarrollo de la vitivinicultura en todas sus etapas mediante actividades de investigación, extensión y divulgación.
- Estudiar y planificar el desarrollo de la economía vitivinícola, analizando en particular sus costos de producción, precios y mercados.
- Incrementar, mejorar y promover la producción y distribución del material de multiplicación de la vid.

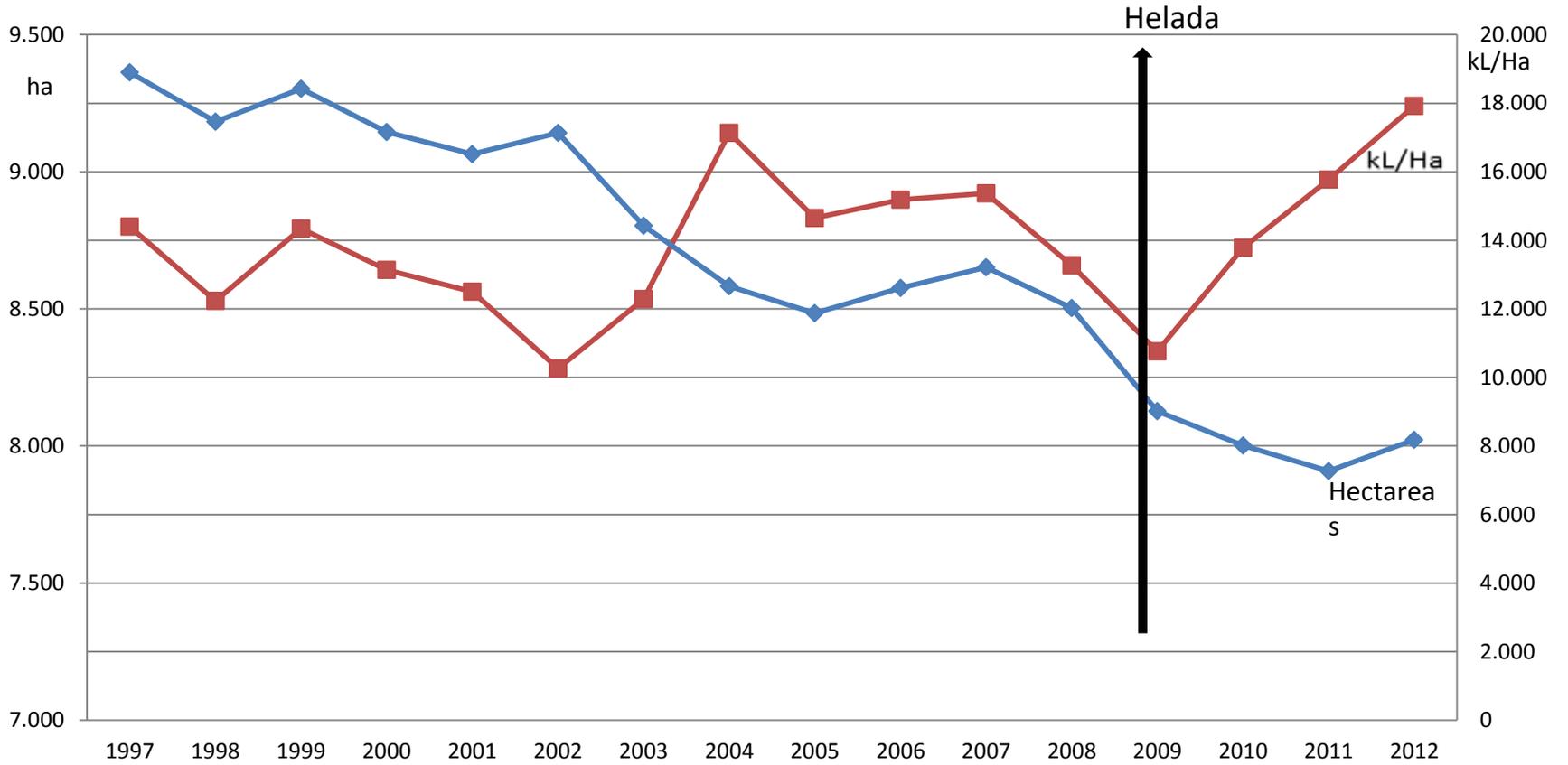
Metas:

- Aumentar la competitividad del sector
- Promover la trazabilidad de los productos y la Marca País a través de la gestión, marca Vinos del Uruguay y Uruguay Natural
- Fomentar el arraigo y ampliar la familia vitivinícola, dignificar y estimular su identidad

Matriz Vitivinícola

- A partir del año 1996, INAVI puso en práctica el Programa de Reconversión Vitivinícola, con el propósito de mejorar la competitividad del sector a nivel nacional e internacional mediante un cambio en la estructura productiva, tecnológica y comercial. Dirigido principalmente a pequeños productores con establecimientos de superficie menor a 5 hectáreas.
- Desde esta estrategia hoy Uruguay está posicionado con una matriz Vitivinícola, que nos permite asegurar que la misma es de una calidad enológica Excelente.
- Donde el TANNAT es un componente muy importante y junto con otros factores elemento fundamental para el reconocimiento hoy vigente.

Productividad

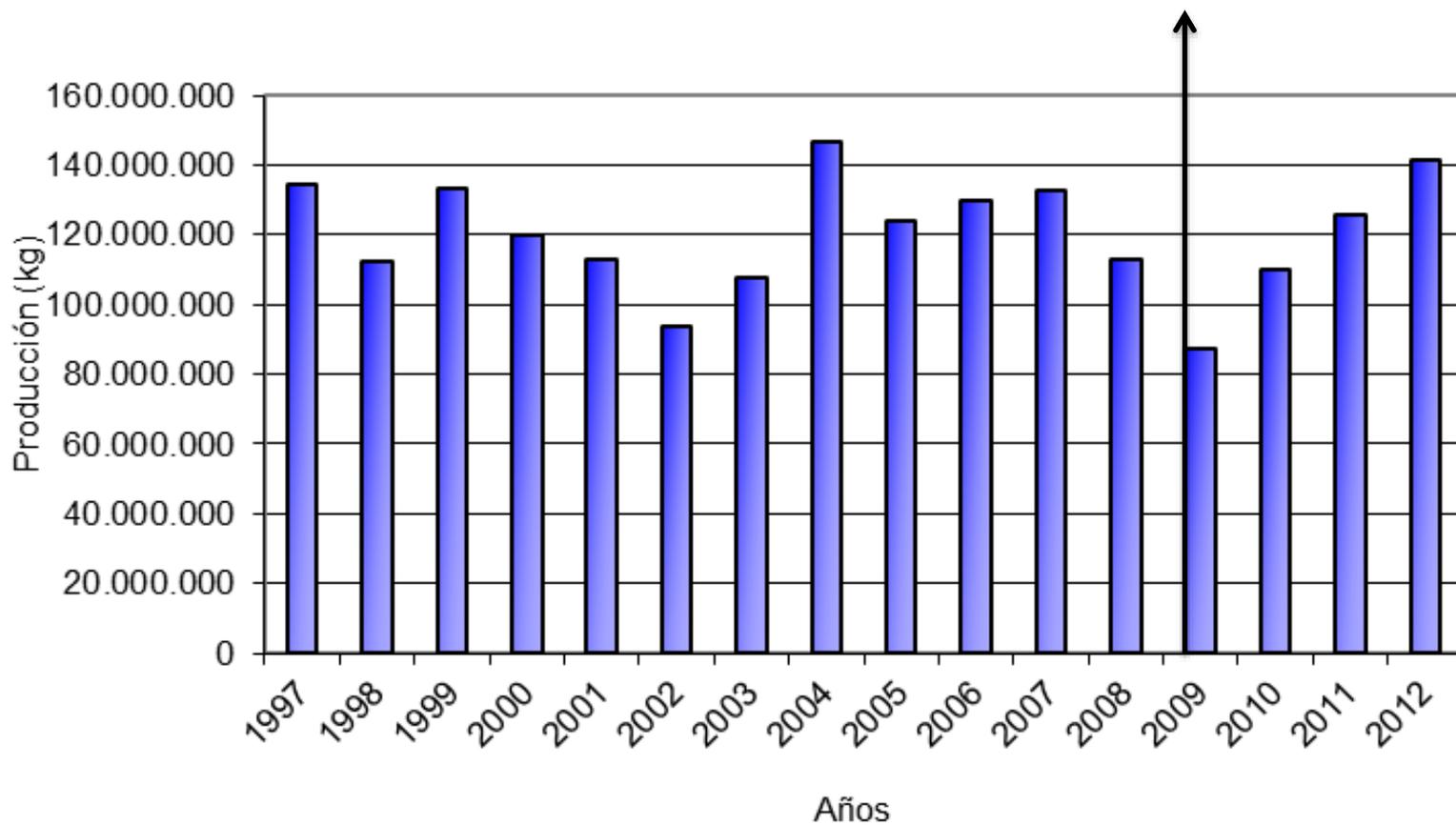


DATOS A NIVEL NACIONAL

CANTIDAD DE VIÑEDOS Y PRODUCCIÓN POR RANGO DE SUPERFICIE IMPLANTADA

RANGO DE SUPERFICIE DE VIÑEDOS	VIÑEDOS		SUPERFICIE		PRODUCCIÓN	
	Cant.	%	Ha.	%	Kg.	%
0 a 5 ha	1.340	76,0	2.719,50	34,6	28.115.548	29,8
5 a 20 ha	379	21,5	3.321,12	42,3	43.769.023	46,3
20 a 50 ha	35	2,0	951,97	12,1	11.641.126	12,3
mayor a 50 ha	10	0,6	859,24	10,9	10.957.495	11,6
TOTAL*	1.764	100	7.851,83	100	94.483.192	100

Gráfico N° 7. Evolución de la Producción (Kg)- Período 1997 - 2012



Trazabilidad de Hoy

- El vino hoy día en Uruguay cuenta con un proceso de trazabilidad.

El cual nos permite:

- a) dar aseguramiento a la genuinidad del producto.
- b) Asegurar que la bodega esta registrada y cuenta con las exigencias de elaboración, gestión y administración Vigentes.

Esta trazabilidad esta dada por lo que llamamos la estampilla y que a su vez es la que genera la TASA

Sistema de Gestión

En lo que se refiere al trabajo concreto, el objetivo es tener un Sistema de Gestión de Calidad, donde lo prioritario, en un instituto de las Características del I.Na.Vi, es el “Administrado”.

Al que le estamos incorporando actualización tanto para la gestión interna como para el Usuario.

Este sistema tiene en su estructura la TRAZABILIDAD.

ACCIONES de APOYO

- Aquí el objetivo es complementar dos acciones que desde nuestro punto de vista son fundamentales;

1) Garantía

- Esta es una herramienta que permite al I.Na.Vi contar con datos por esta requeridos, en lo concerniente a seguridad alimentaria. (Trazabilidad Analítica)

2) Comercial

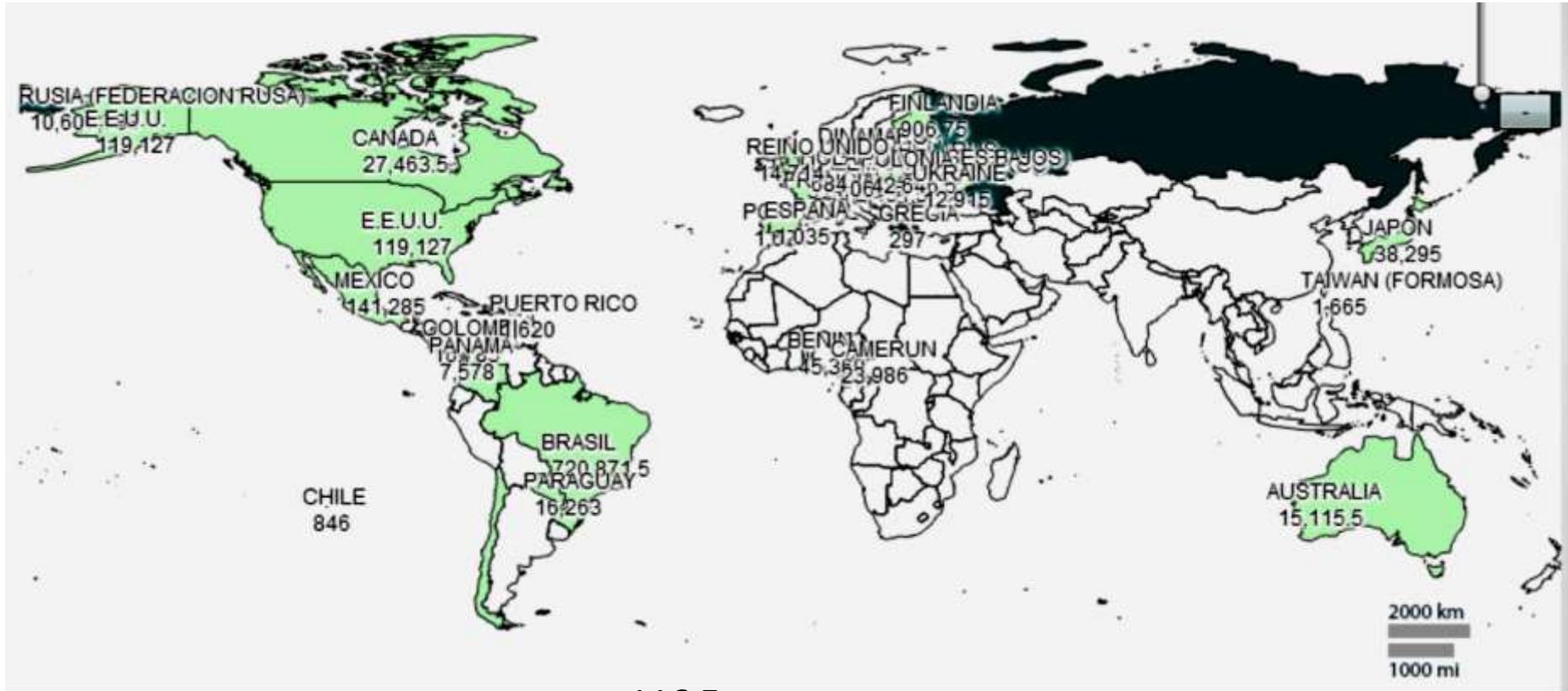
- En el aspecto comercial darle un valor agregado que es que el consumidor tenga la posibilidad que con un Código QR pueda acceder a la información que con el tiempo puede ser muy importante en calidad como en cantidad. (Trazabilidad Geo-Referenciada)

Estas dos acciones unidas generan un potencial en la seguridad alimentaria muy importante.

ACCIONES de APOYO

Mercado externo, en estas acciones el objetivo es dinamizar al sector en la estrategia exportadora para esto el Directorio del Instituto y basado en el informe de comisiones Técnicas habilita apoyos, estos apoyo con fondos propios del Instituto, que tienen varias formas de aportes como Ferias, Degustaciones, Presentaciones y el propio aporte a la económico a la cantidad exportada.

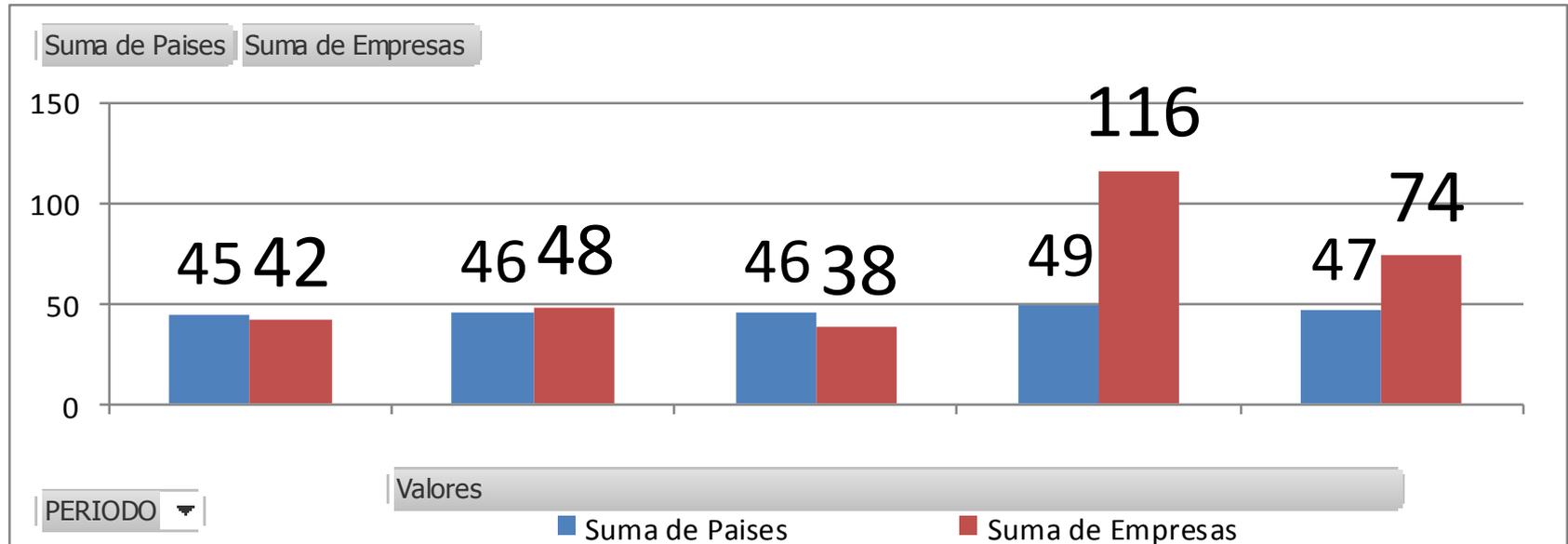
Uruguay en el Mundo



116 Empresas

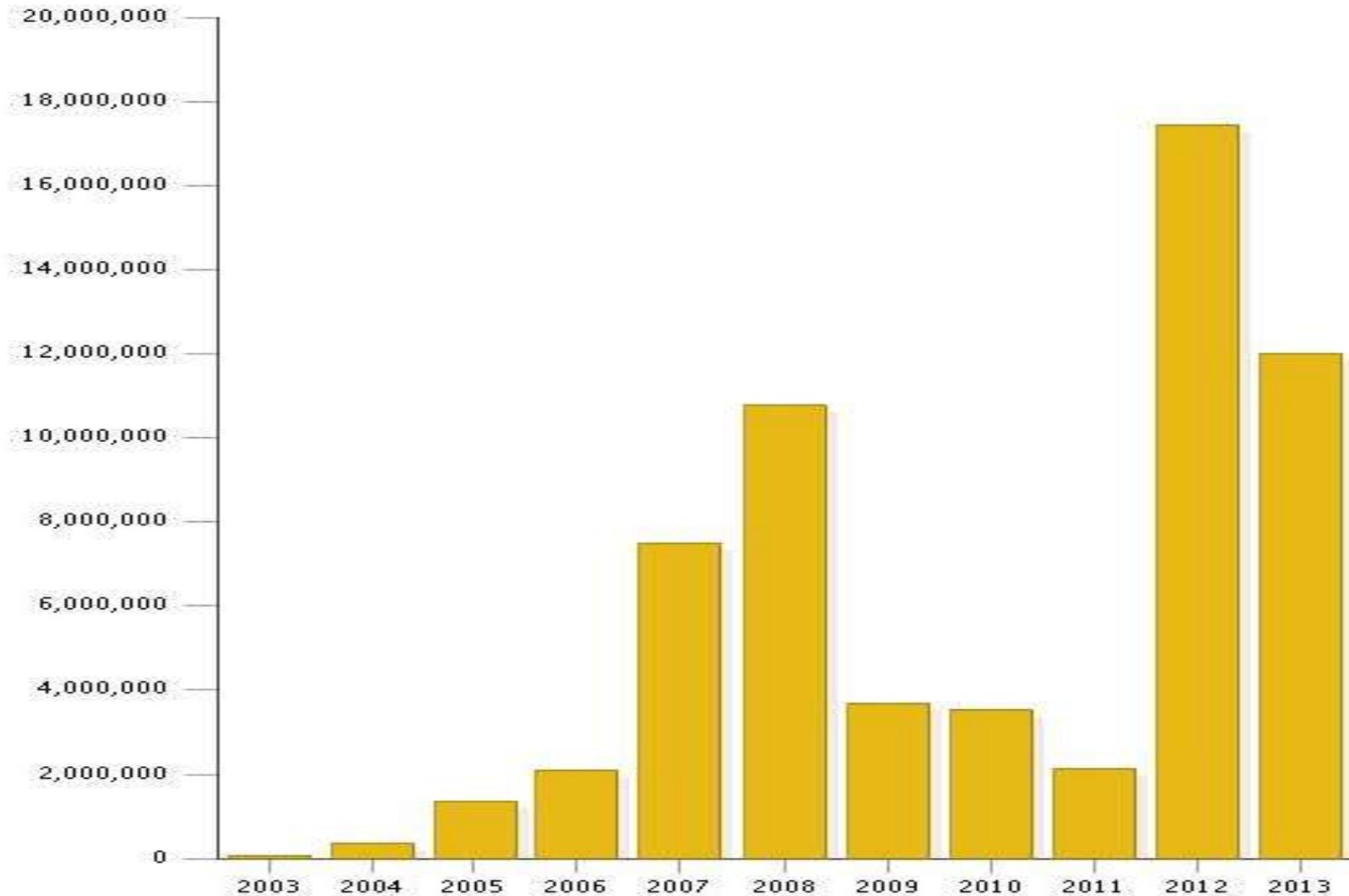
49 Países

Participación en el Mercado Internacional



Período	Empresas	Países
2013	74	47
2012	116	49
2011	38	46
2010	48	46
2009	42	45

Graficas de Exportación



Análisis de la Situación:

- A partir del año 2008 en el marco del Programa de Conglomerados y Cadenas Productivas, , se realiza un proceso de *Planificación Estratégica Participativa* a efectos de construir una estrategia y su correspondiente *Plan de acciones* focalizado a la mejora de la competitividad del conglomerado vitivinícola. Participaron referentes del sector público y privado como también consultores nacionales e internacionales.
- Analizando la historia vitivinícola uruguaya y su tradición, notamos que a lo largo de los años, su sustento ha sido el mercado interno.

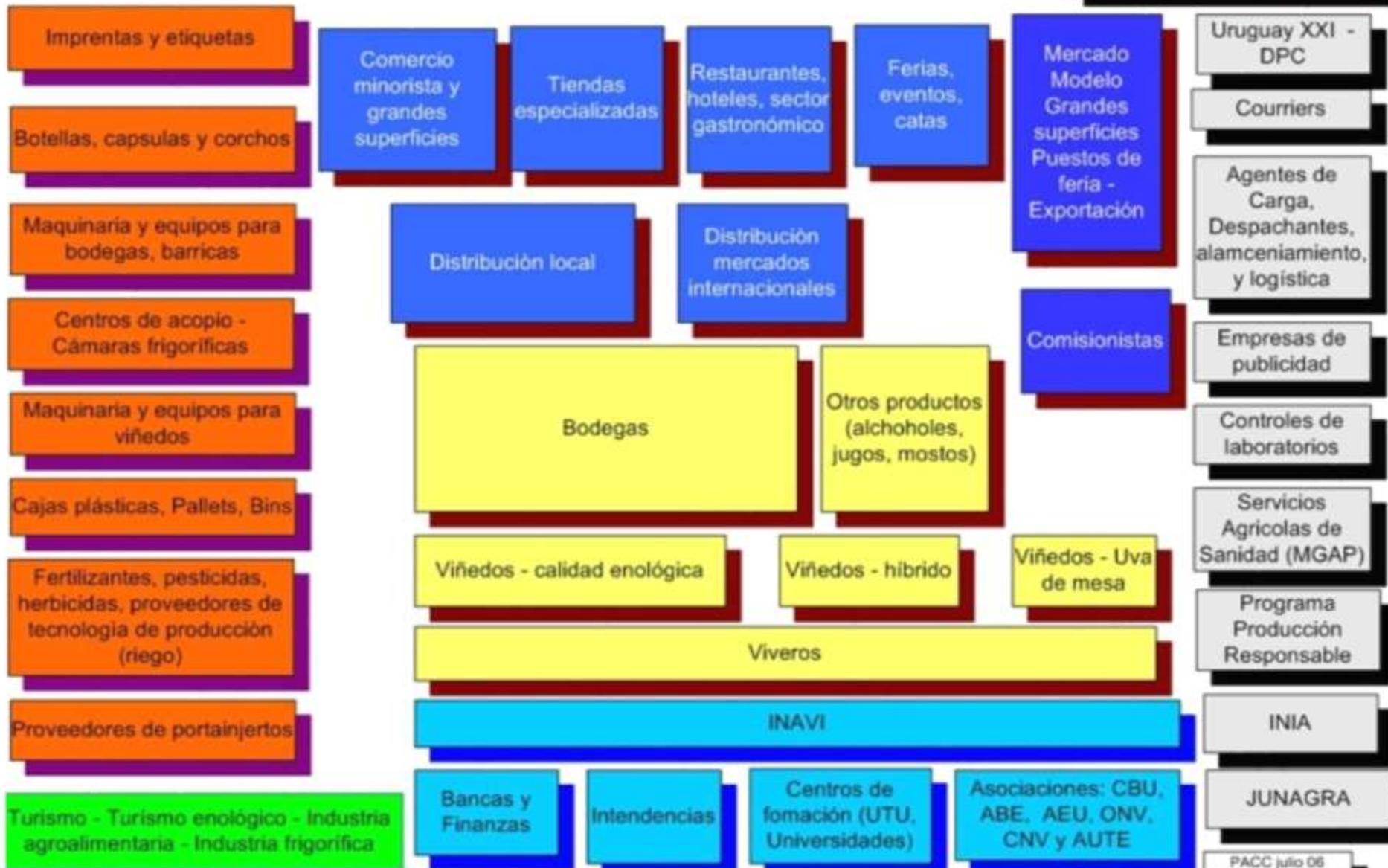
Análisis de la Situación:

- Desde la apertura al exterior y la integración al MERCOSUR, se han tomado varias medidas (de los privados y del propio INAVI) para conseguir vinos de calidad y prepararse para un ambiente más competitivo.
- Si bien a nivel internacional (concursos) se reconocen vinos de muy buena calidad y tipicidad, hoy los vinos uruguayos han logrado insertarse con éxito en el mercado internacional, con la dificultad de la ESCALA, donde se debe poner FOCO.

Alternativas entre la Estrategia privado y las Políticas publicas

Mapa de actores del conglomerado vitivinícola

Marco institucional del sector, política de promoción comercial, de producción integrada, normas sanitarias y de certificación y control de calidad



Análisis de la Situación:

- Por todo lo expuesto y en virtud de la meta fijada a nivel ejecutivo: “el incremento de las exportaciones” considerando los volúmenes y facturación del sector, así como la evolución de las exportaciones e importaciones en los últimos años, se entiende oportuno universalizar al instituto, es decir reorganizar un área destinada al estudio, análisis y seguimiento de las exportaciones e importaciones de los productos y subproductos del sector: uvas, pasas de uva, jugos, vinos, turismo enológico y plantas de vid entre otros.

Prioridades

1. Las prioridades están en dos grandes Ejes:
 - a. Sustentabilidad
 - b. Mejorar la Ecuación de nuestro producto “vino” en el mercado (interno y Exportación)

Sustentabilidad

En este punto se trabaja desde lo institucional, realizando un enfoque desde los compromisos del sector privado y guiados por políticas claras desde lo institucional.

Mejorar la Ecuación de nuestro producto “vino” en el mercado (interno y Exportación)

Los mercados tanto interno como externo de vinos.

- Prioridad, con una lógica que es la de llevar adelante la **imagen país**, para nosotros y compartiendo en todos los términos estas aspiraciones, es que buscamos desde el primer día poder llevar adelante esta estrategia; donde la **TRAZABILIDAD** es una de las herramientas fundamentales

por otro lado la recuperación del mercado interno de vinos, el otro objetivo Prioritario, la situación de Uruguay, no es ni mas ni menos lo que sucede en el mundo.

Con respecto en esta clara situación, hemos accionado la herramienta de la comunicación, dando las pautas de **como comunicar** y **que comunicar**, de esta manera tenemos una línea de trabajo única y consensuada desde el Directorio.

Identidad



Marca País

(Imagen)



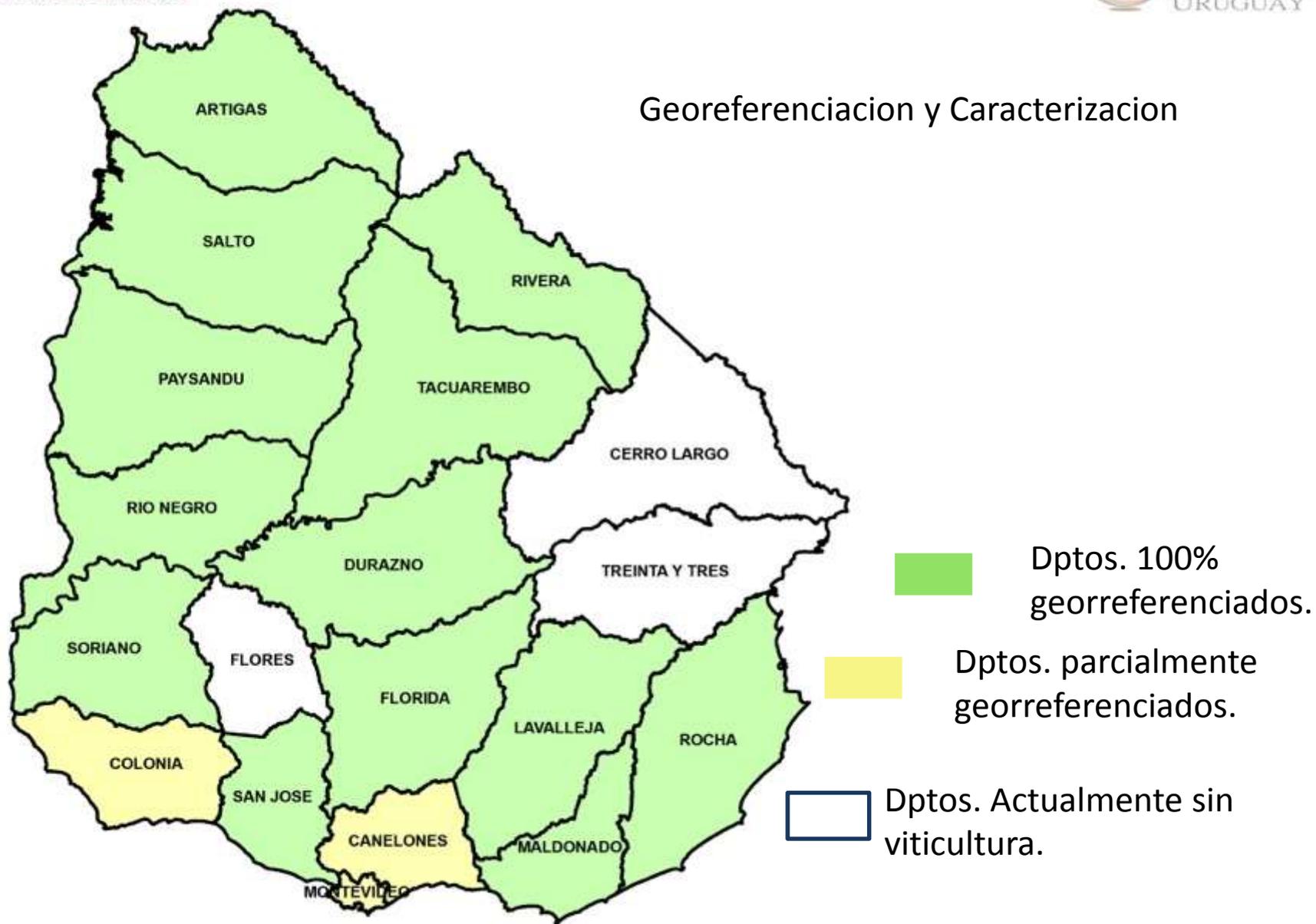
Uruguay*Natural*

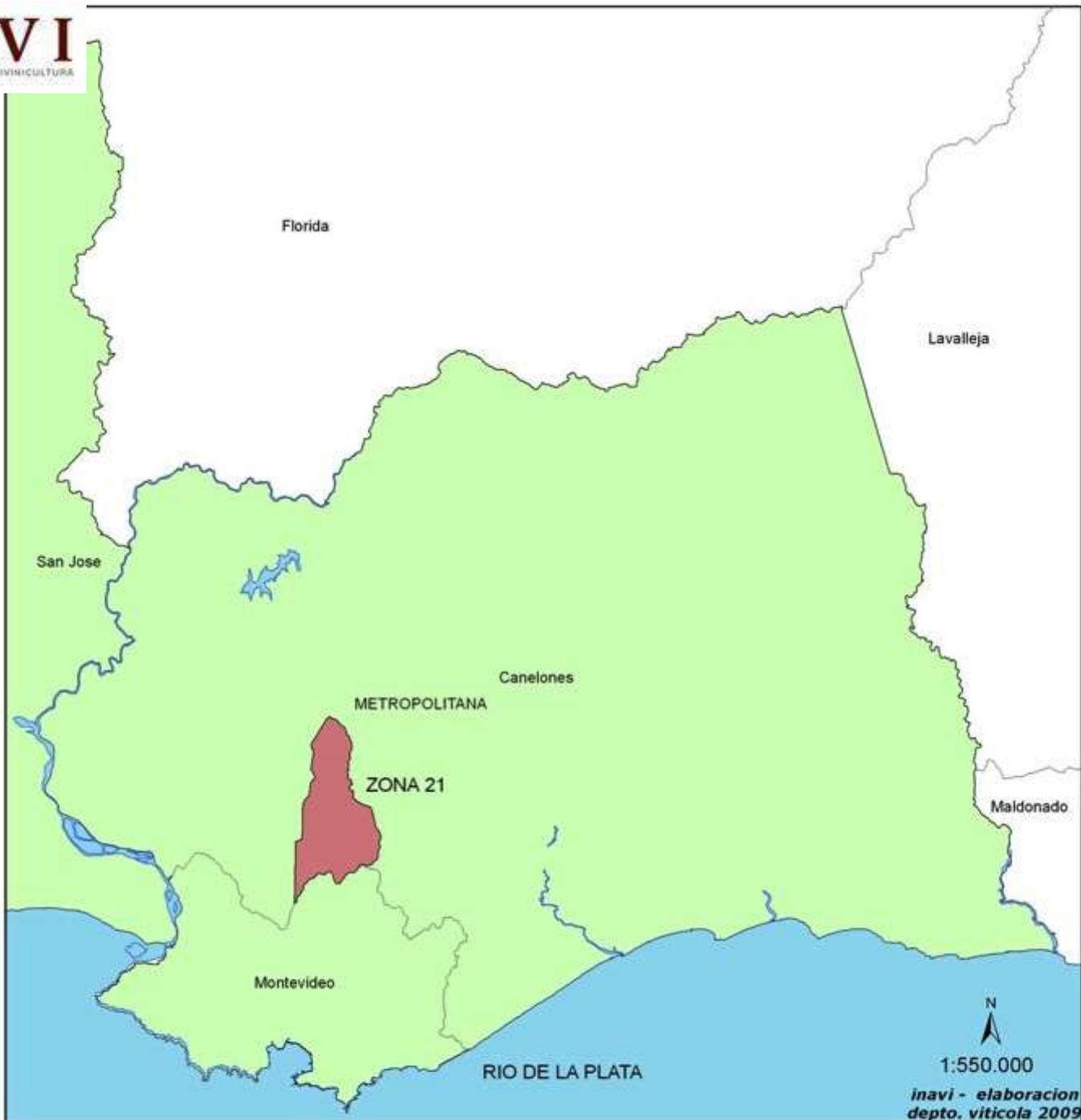
Información

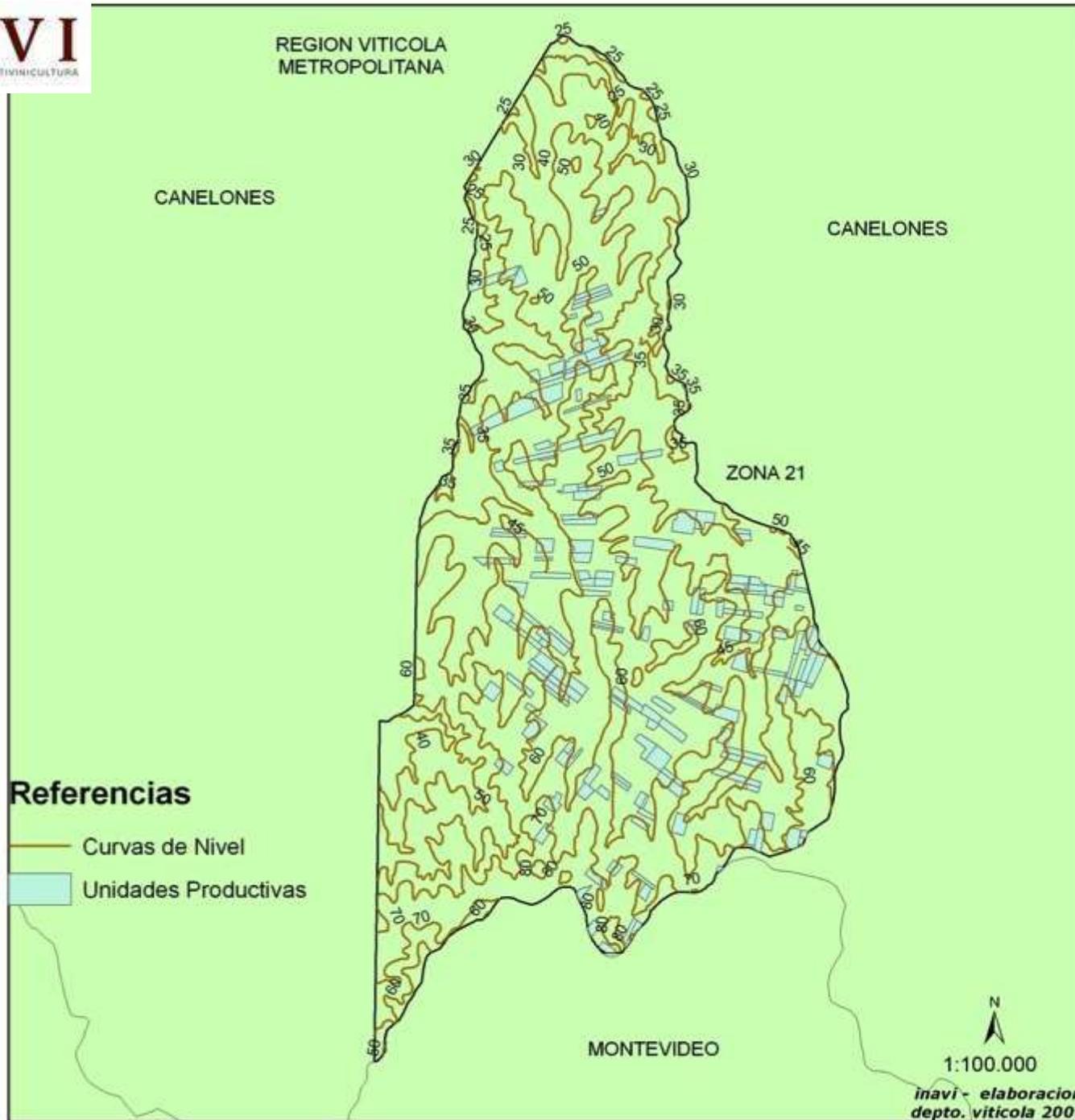
(Imagen)



Georeferenciación y Caracterización







REGION VITICOLA
METROPOLITANA

CANELONES

CANELONES

ZONA 21

TFRd

To

MONTEVIDEO

Referencias

Suelos Zona 21

UNIDAD

-  Tala - Rodriguez
-  Toledo
-  Unidades Productivas



1:100.000

*inavi - elaboracion
depto. viticola 2009*

REGION VITICOLA METROPOLITANA

CANELONES

CANELONES

Referencias

Vias

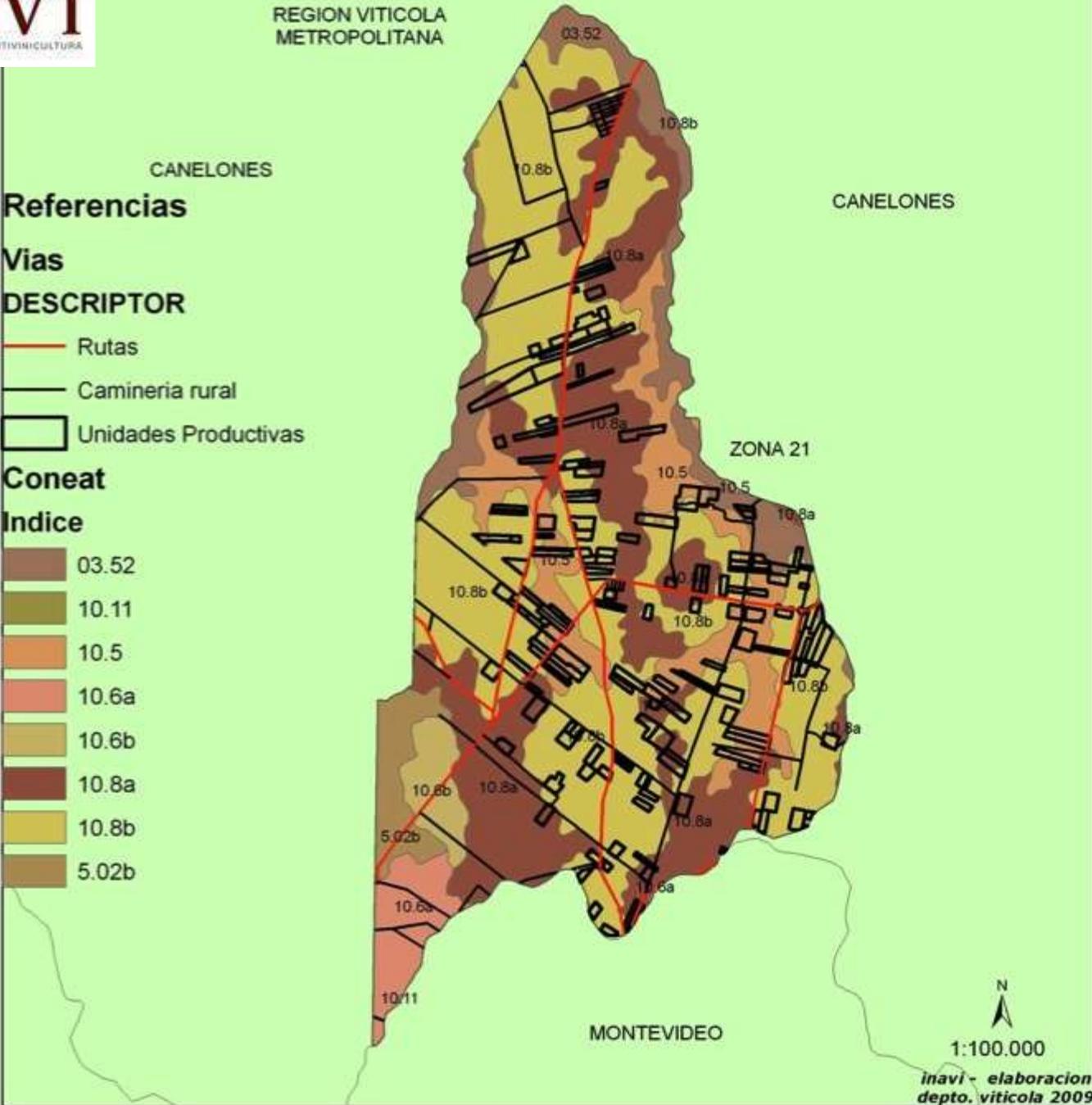
DESCRIPTOR

-  Rutas
-  Camineria rural
-  Unidades Productivas

Coneat

Indice

-  03.52
-  10.11
-  10.5
-  10.6a
-  10.6b
-  10.8a
-  10.8b
-  5.02b

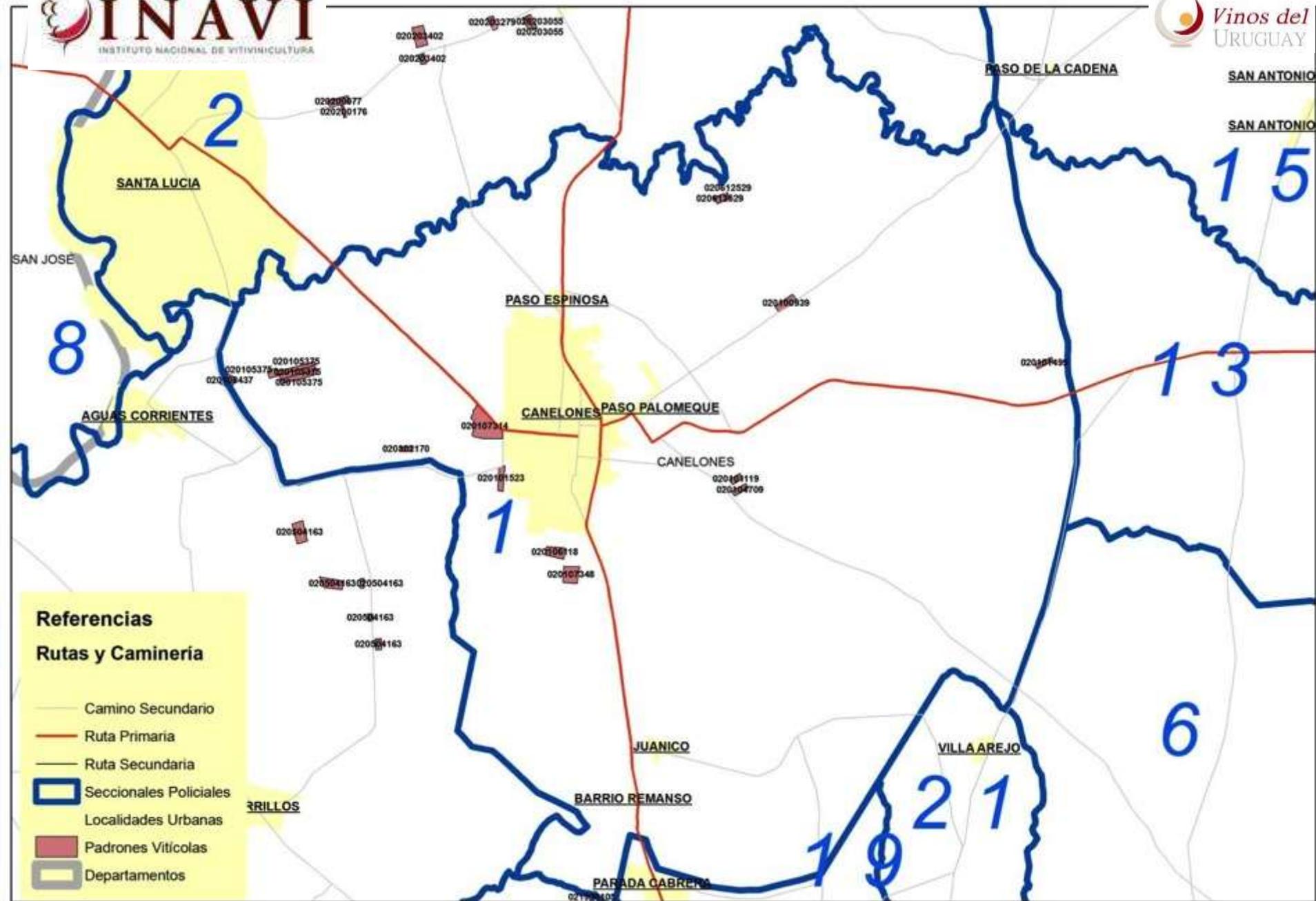


MONTEVIDEO

ZONA 21

N
1:100.000

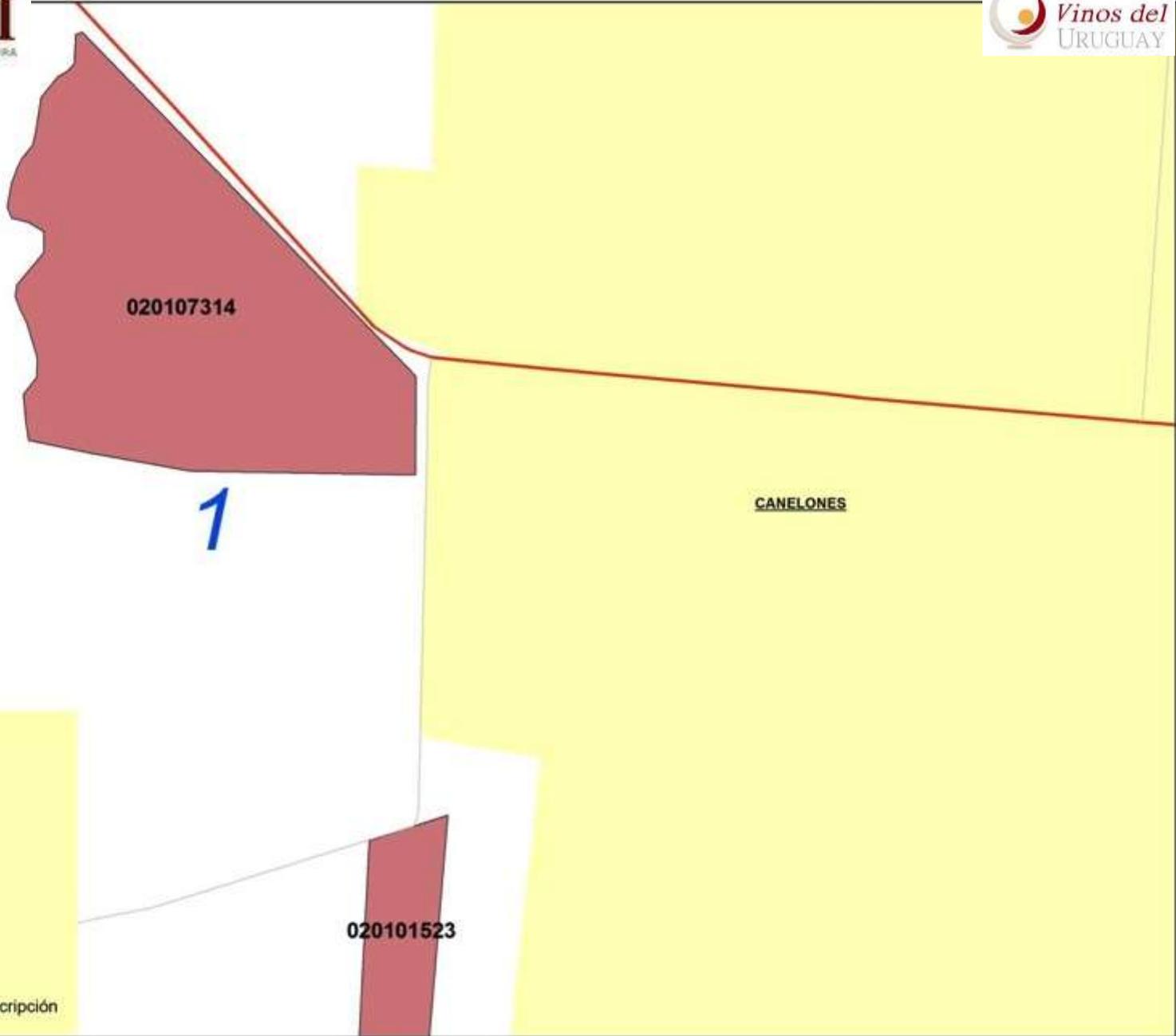
inavi - elaboracion
depto. viticola 2009



Referencias

Rutas y Caminería

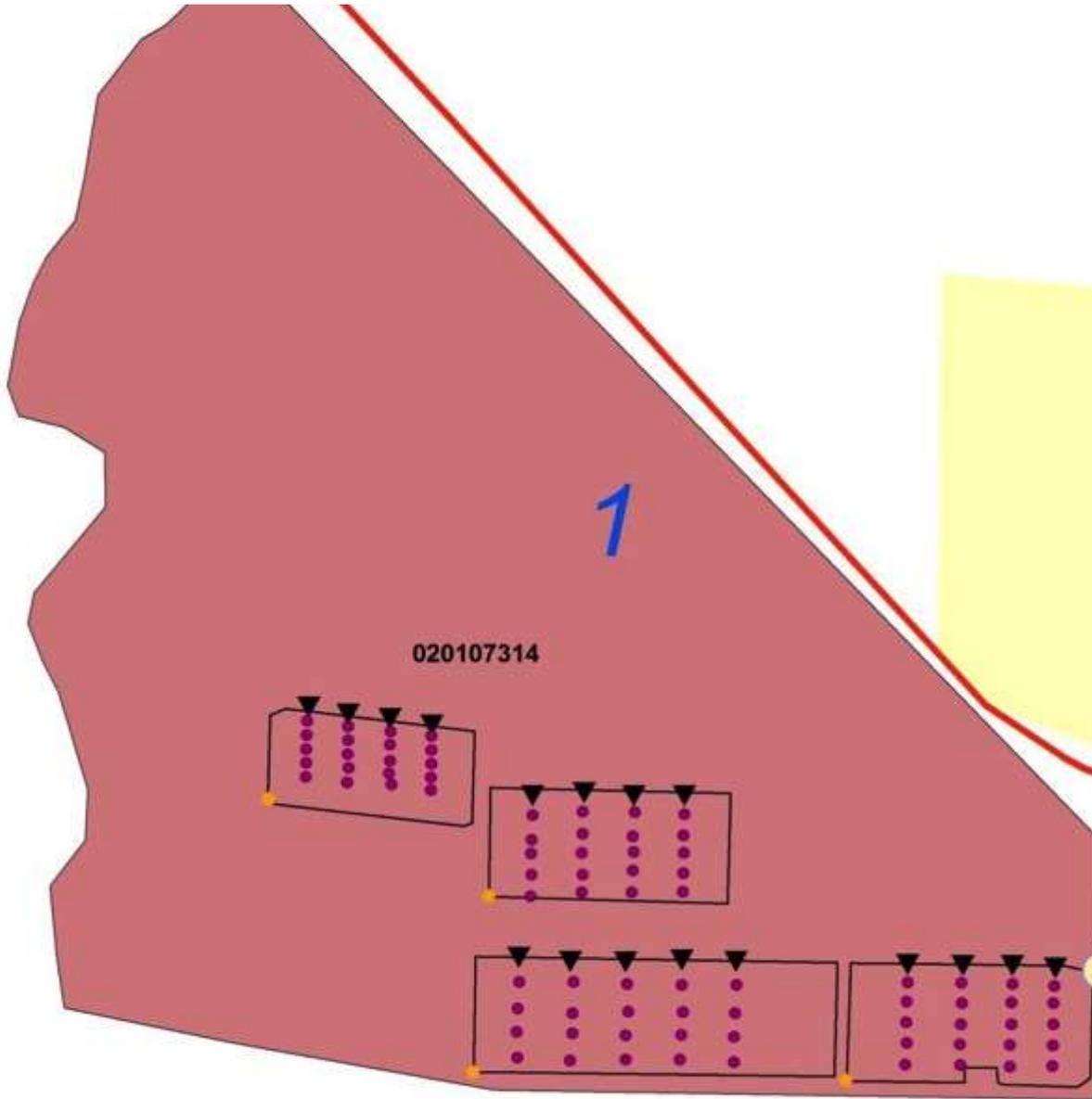
- Camino Secundario
- Ruta Primaria
- Ruta Secundaria
- Seccionales Policiales
- Localidades Urbanas
- Padrones Vitícolas
- Departamentos



Referencias

Rutas y Caminería

- Camino Secundario
- Ruta Primaria
- Ruta Secundaria
- ▭ Seccionales Policiales
- Localidades Urbanas
- ▭ Padrones Vitícolas y Numero inscripción



CANELONES

Referencias

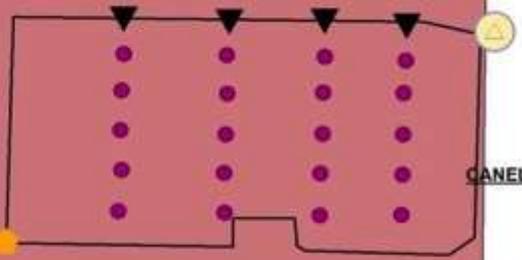
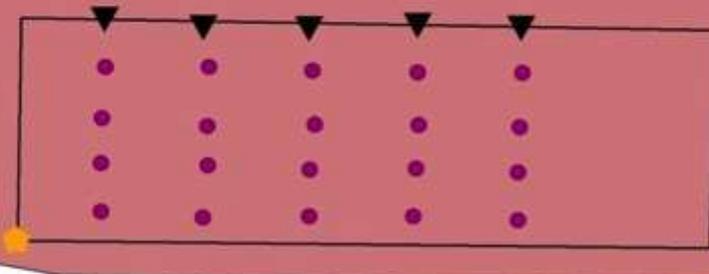
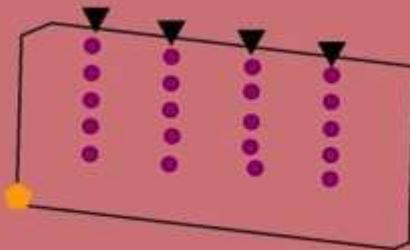
Rutas y Caminería

- Camino Secundario
- Ruta Primaria
- Ruta Secundaria
- Seccionales Policiales
- Localidades Urbanas
- Padrones Vitícolas y Numero inscripción

Puntos

Comentario

- Plantas muestreadas
- Entrada al predio
- Filas
- Punto de control
- CUADROS_



Referencias

Rutas y Caminería

- Camino Secundario
- Ruta Primaria
- Ruta Secundaria
- Seccionales Policiales
- Localidades Urbanas
- Padrones Vitícolas y Numero inscripción

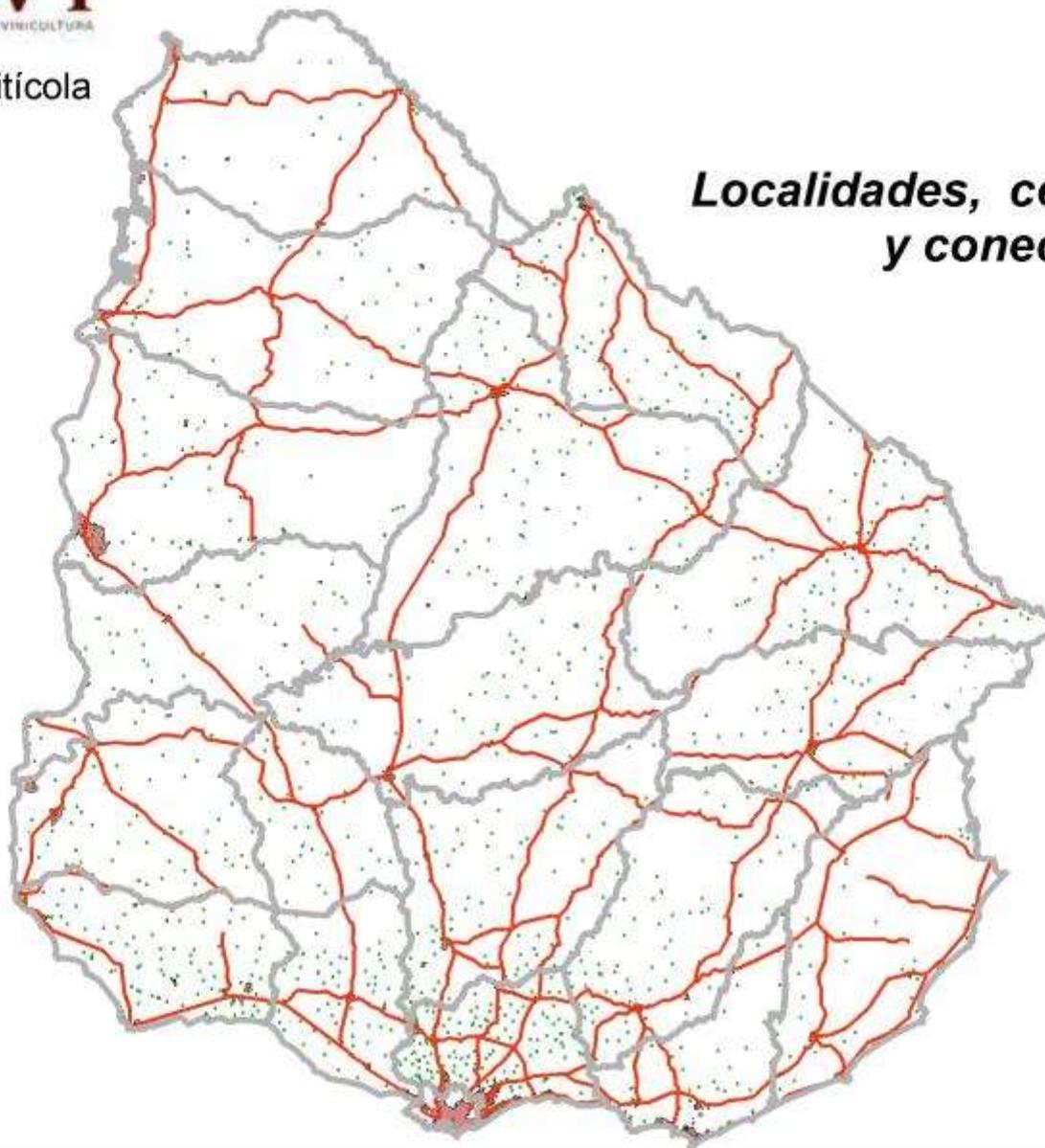
Puntos

Comentario

- Plantas muestreadas
- Entrada al predio
- Filas
- Punto de control
- CUADROS_

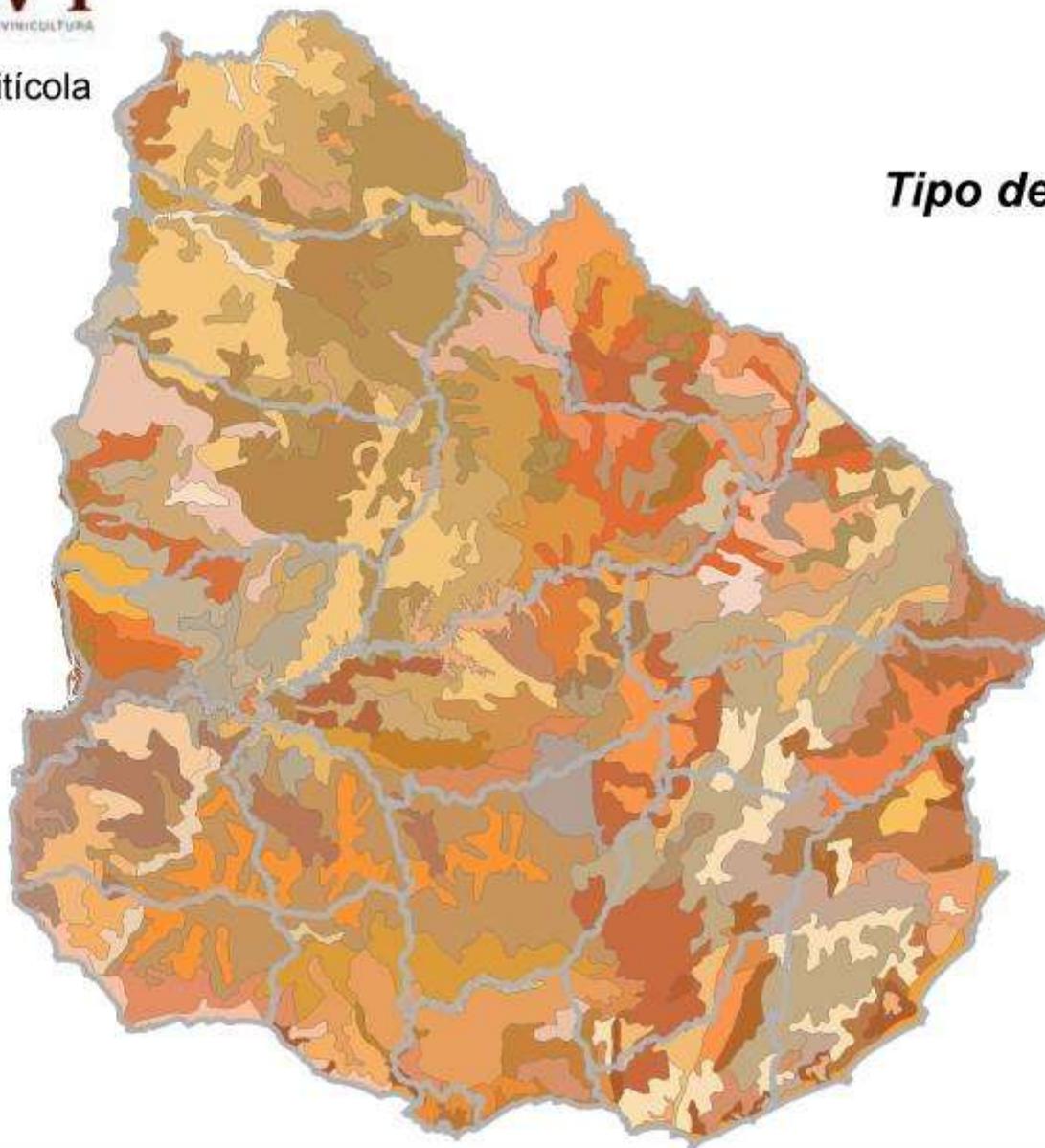
CANELONES

**Localidades, centros poblados
y conectividad**



Fuente: IDE
Elaboración : Departamento Vitícola
Octubre de 2012

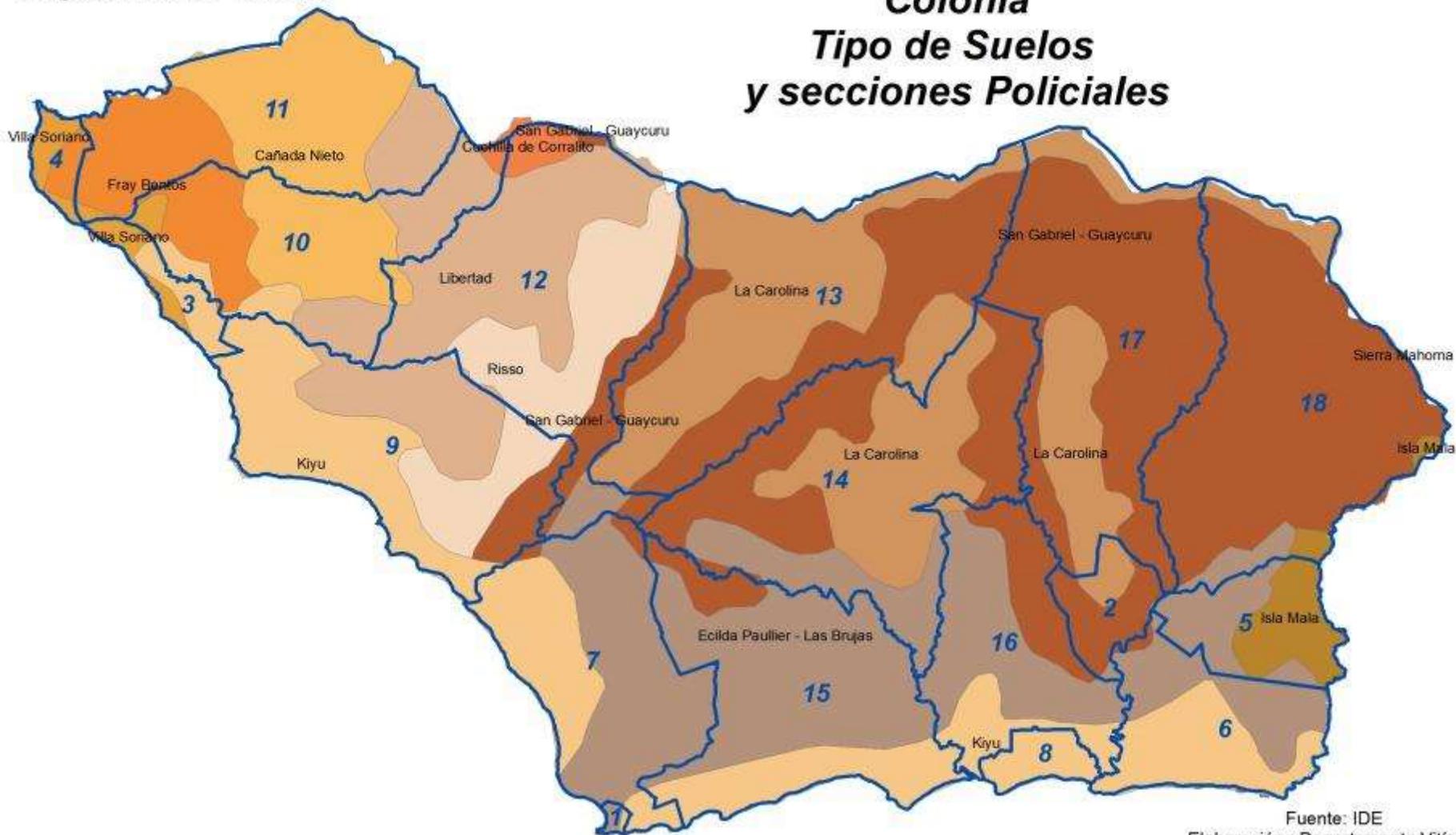
Tipo de suelos



Fuente: IDE
Elaboración : Departamento Vitícola
Octubre de 2012

Departamento Vitícola

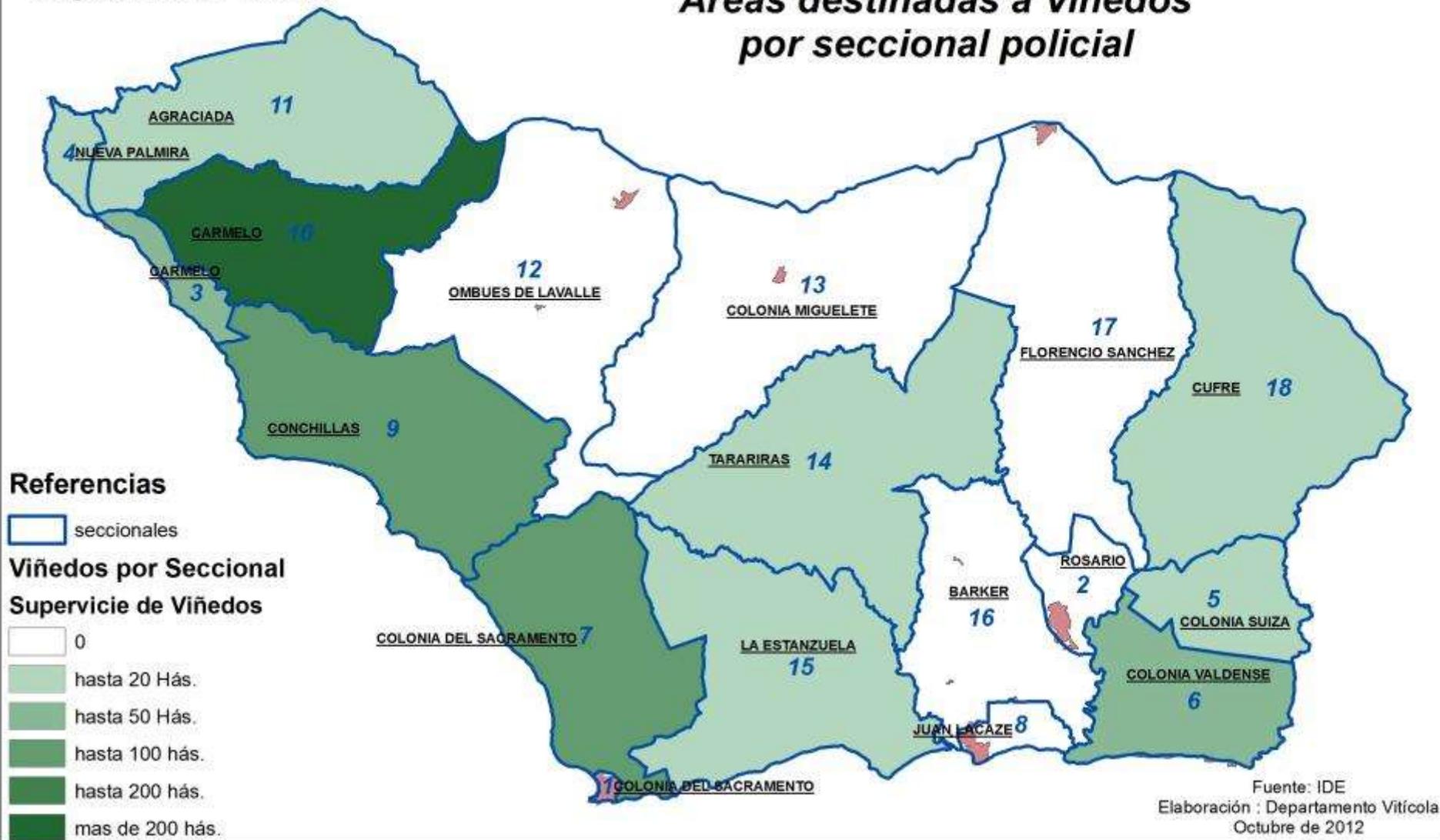
Colonia
Tipo de Suelos
y secciones Policiales



Fuente: IDE
Elaboración : Departamento Vitícola
Octubre de 2012

Departamento Vitícola

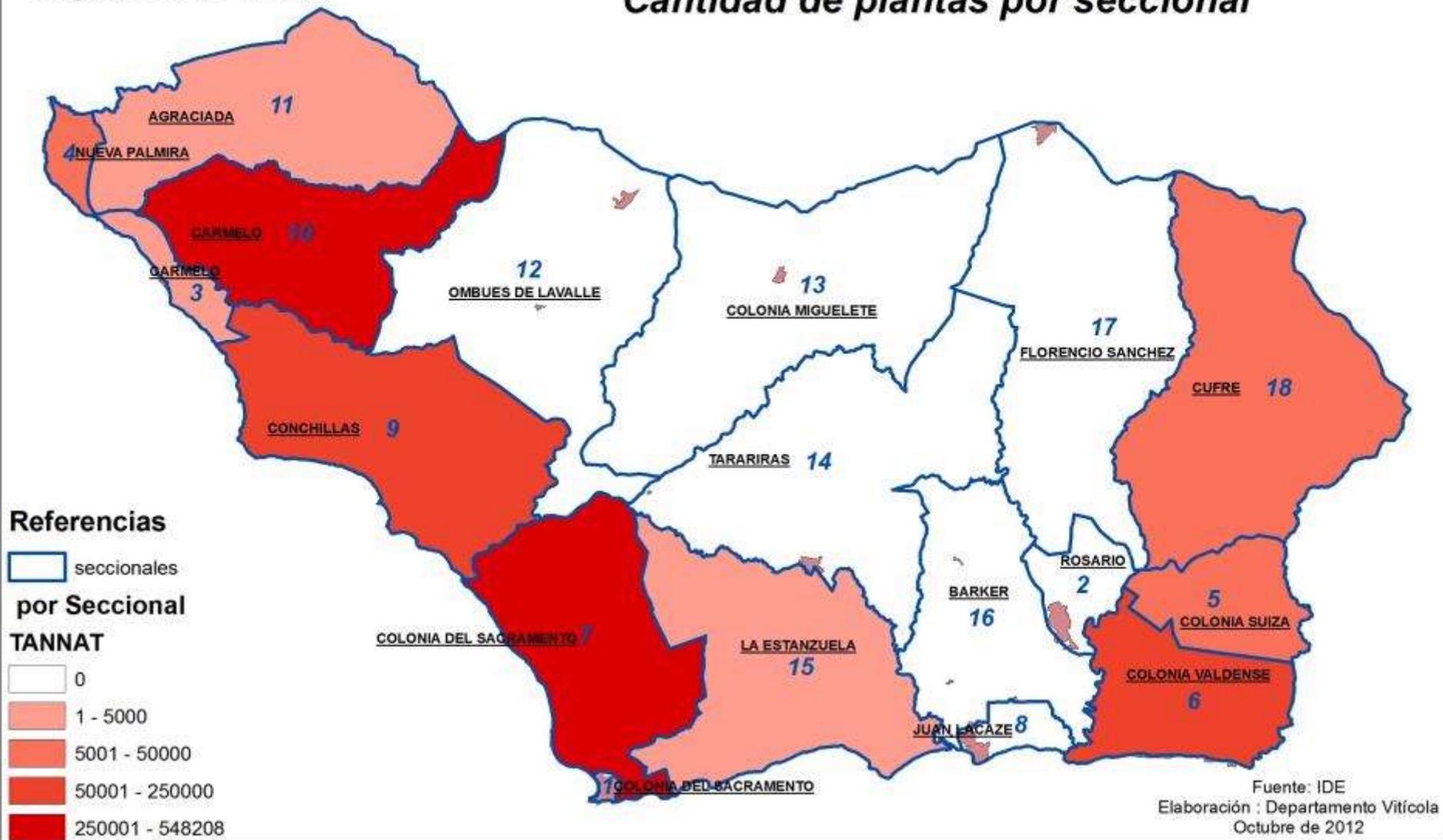
Áreas destinadas a Viñedos por seccional policial



Fuente: IDE
Elaboración : Departamento Vitícola
Octubre de 2012

Departamento Vitícola

Cantidad de plantas por seccional



Referencias
seccionales por Seccional TANNAT

- 0
- 1 - 5000
- 5001 - 50000
- 50001 - 250000
- 250001 - 548208

Fuente: IDE
Elaboración : Departamento Vitícola
Octubre de 2012

REGION VITICOLA
METROPOLITANA

CANELONES

CANELONES

ZONA 21

TRd

To

MONTEVIDEO

Referencias

Suelos Zona 21

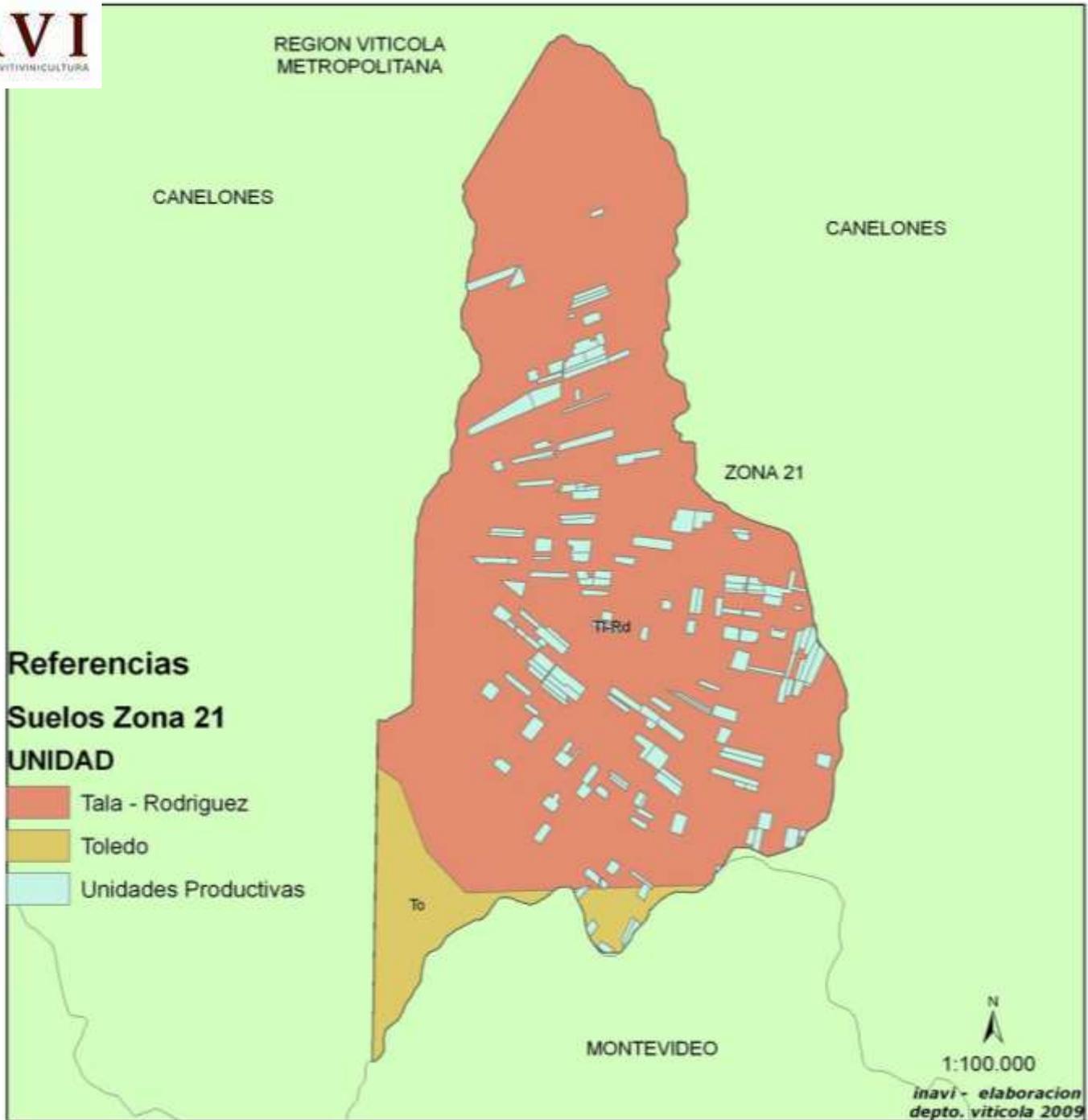
UNIDAD

- Tala - Rodriguez
- Toledo
- Unidades Productivas



1:100.000

*inavi - elaboracion
depto. viticola 2009*



REGION VITICOLA METROPOLITANA

CANELONES

CANELONES

Referencias

Vias

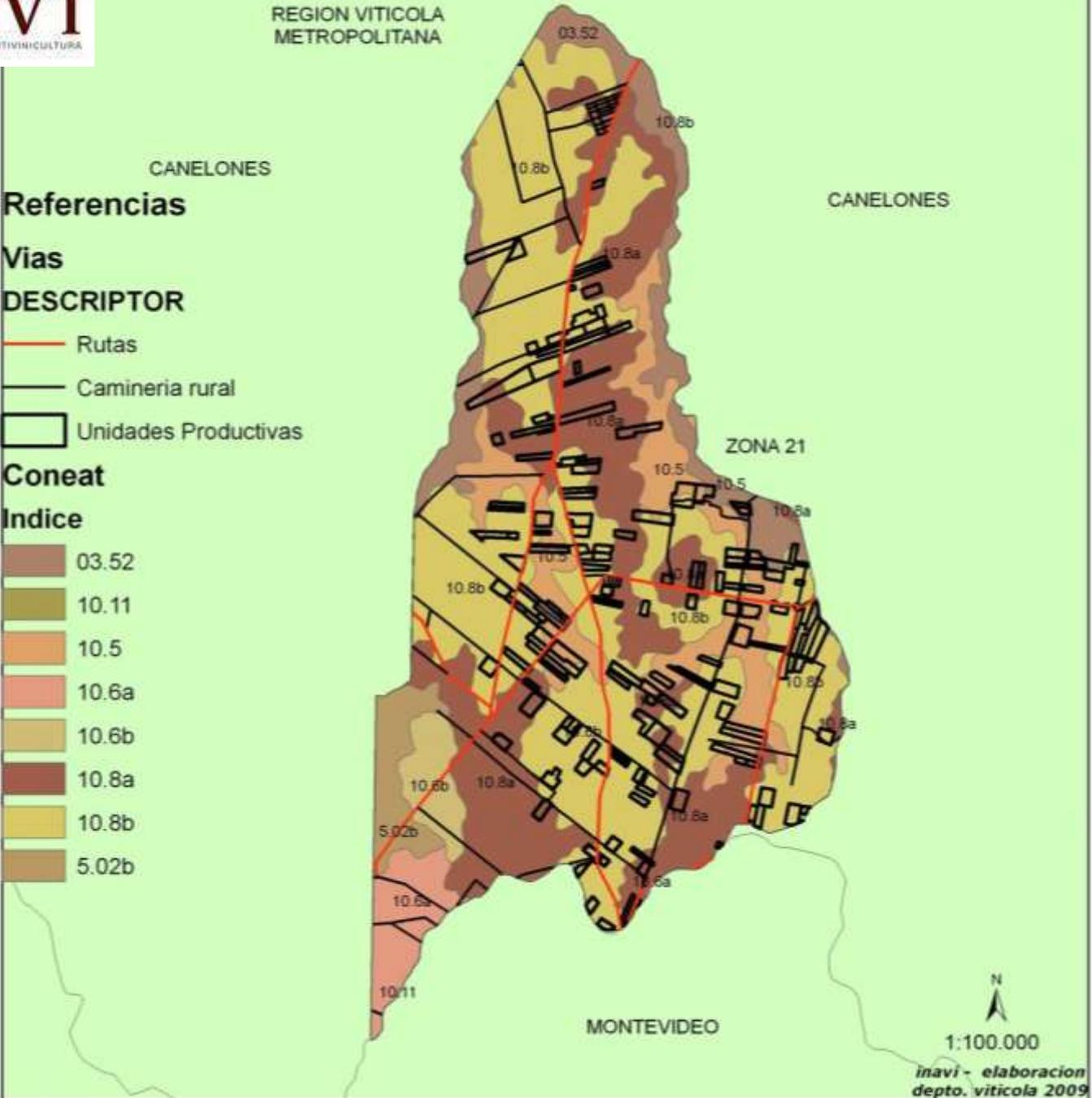
DESCRIPTOR

-  Rutas
-  Camineria rural
-  Unidades Productivas

Coneat

Indice

-  03.52
-  10.11
-  10.5
-  10.6a
-  10.6b
-  10.8a
-  10.8b
-  5.02b



N
1:100.000

inavi - elaboracion
depto. viticola 2009

1. GEOREFERENCIACION

2. CARACTERIZACION

3. TRAZABILIDAD

1. EVALUACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA
DE LOS VIÑEDOS

CUALITATIVA

ESTADO DE LA MISMA:

SANITARIO

LABOREO DE SUELOS

ESTADO DE LOS SISTEMAS DE CONDUCCION

EDADES DE LAS PLATAS

PORTAINJERTOS

SISTEMAS DE PODAS

CUANTITATIVA

SE CUANTIFICARÁN:

SUPERFICIE PLANTADA

erradicada

abandonada

PORTAINJERTOS MAS UTILIZADOS

DENSIDAD DE PLANTACION

EDADES DE LAS PLANTAS

% DE VARIEDADES PLANTADAS

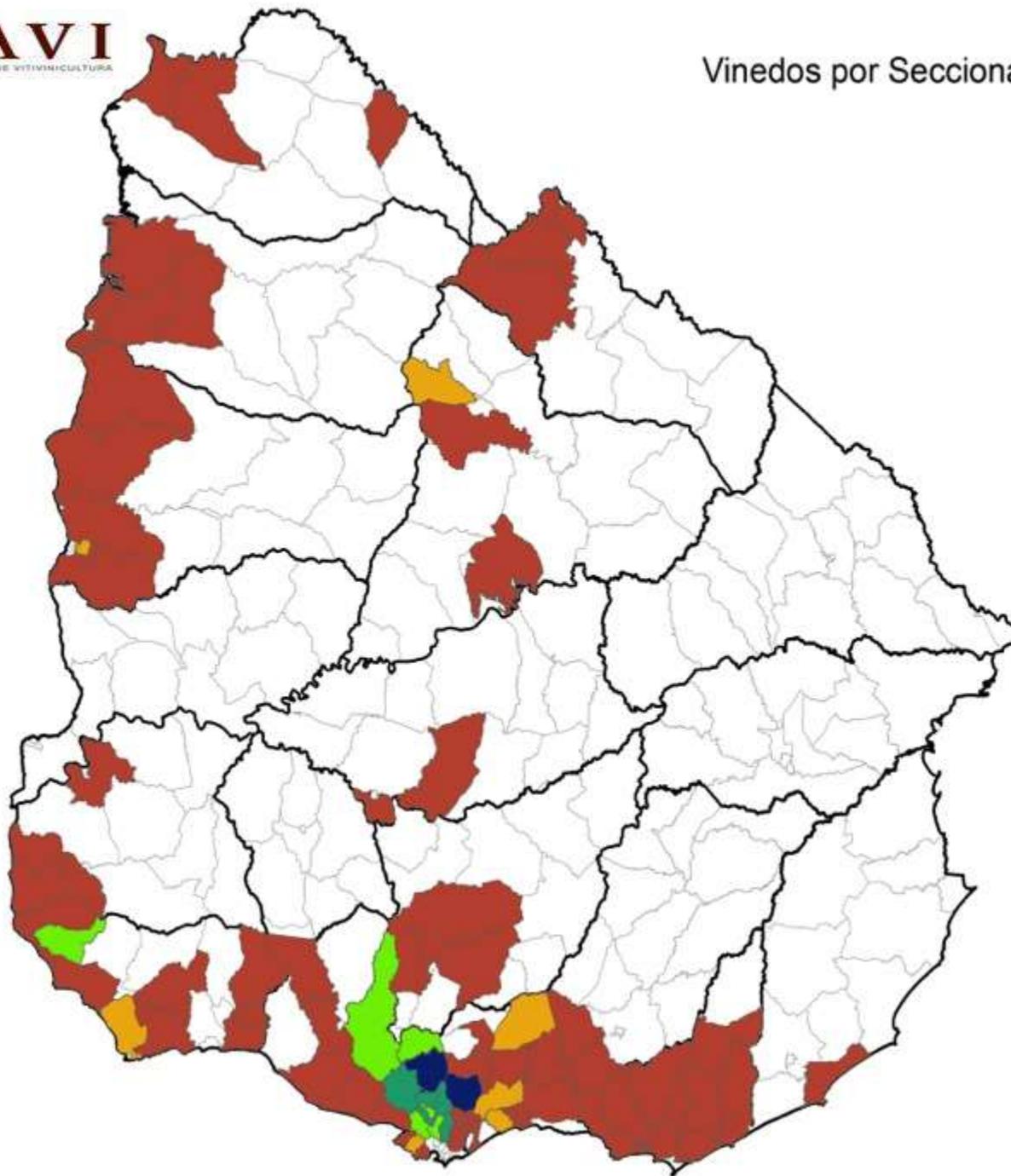
hibridos

frutilla

vitiviníferas

de vino

de mesa



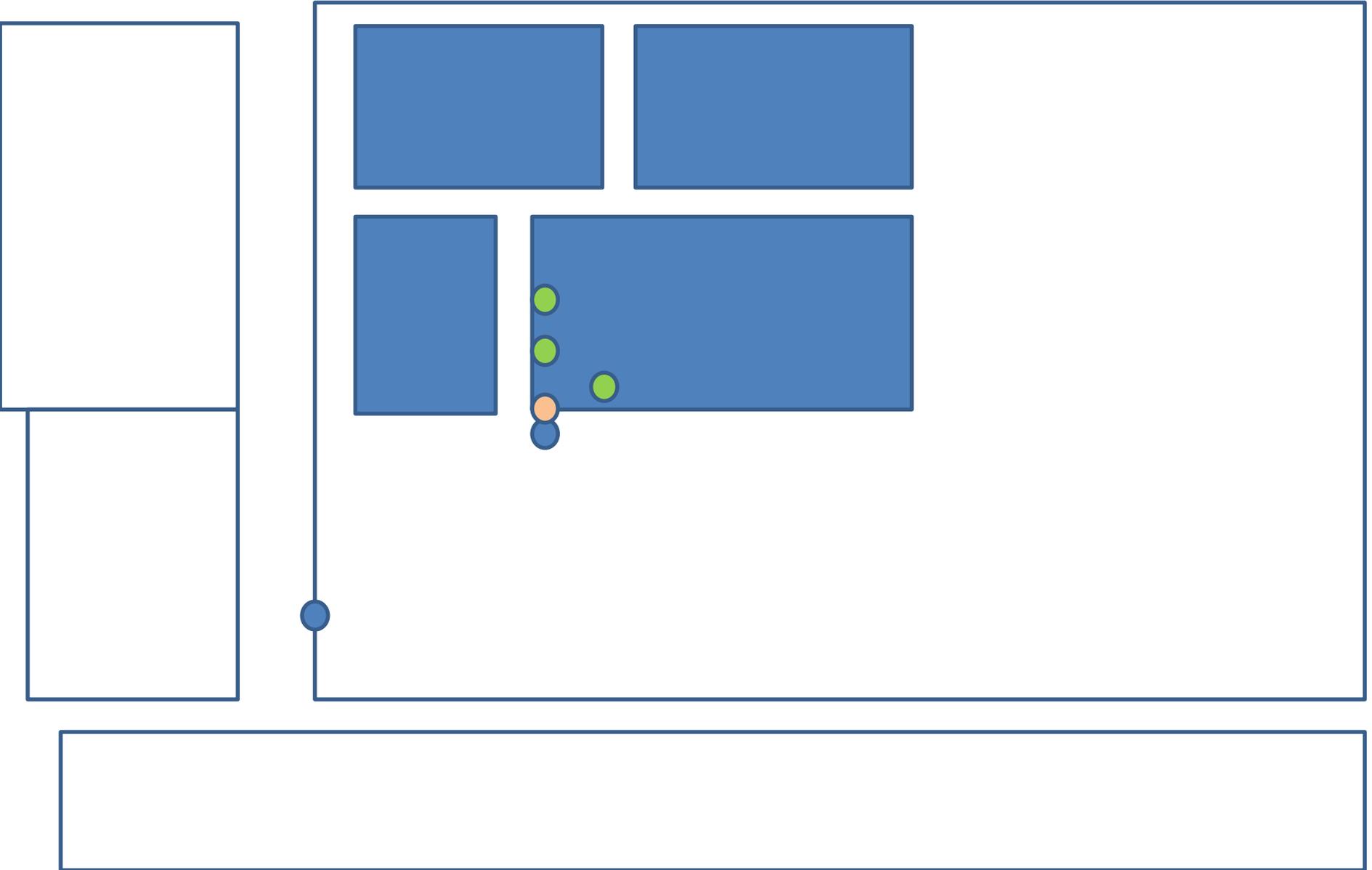
Referencias

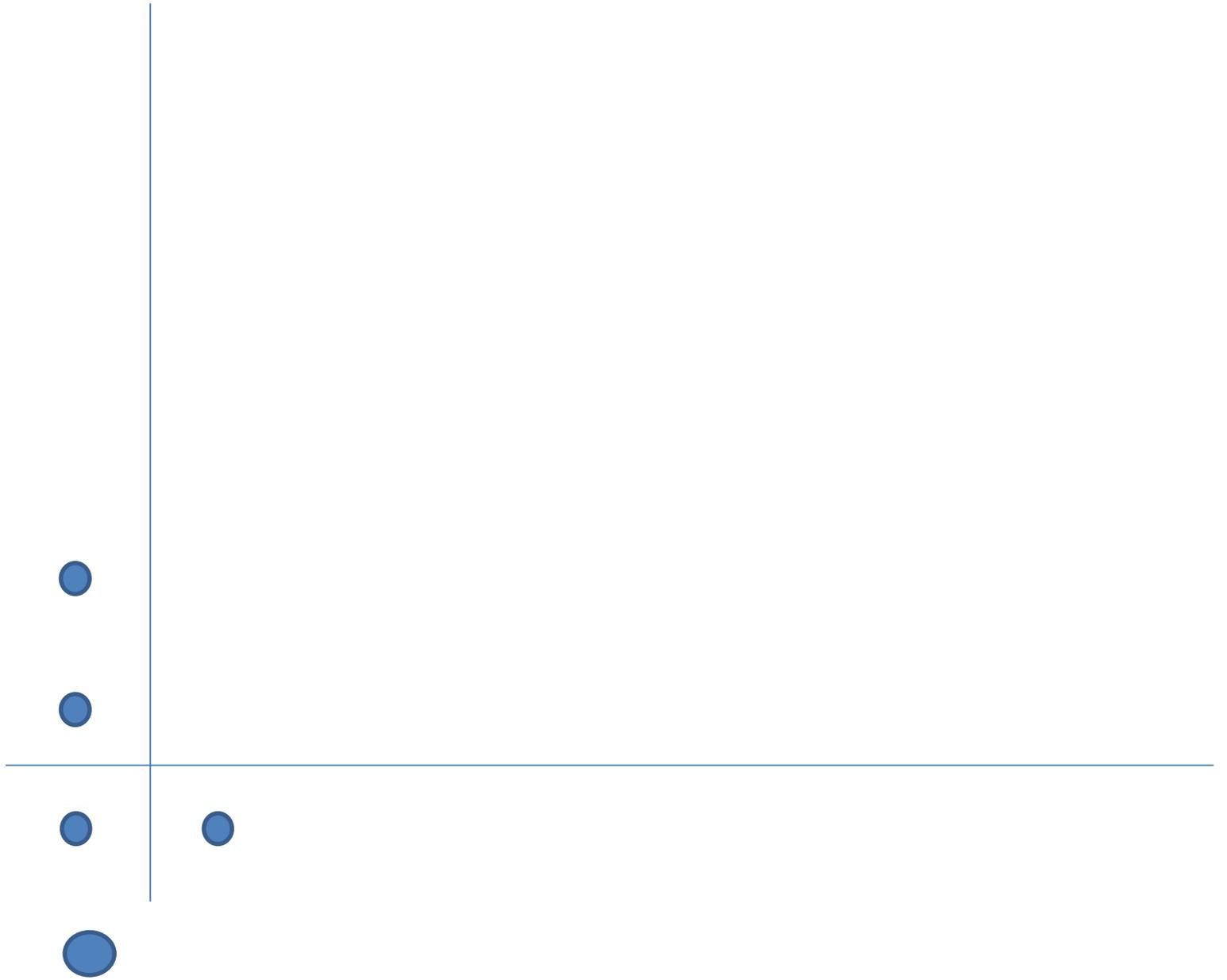
- Departamentos
- seccionales_policiales

seccionalesy_vinedos_2014

CAN_VIN as Percent of Total

- 0% - 1%
- 2%
- 3% - 4%
- 5% - 8%
- 9% - 15%



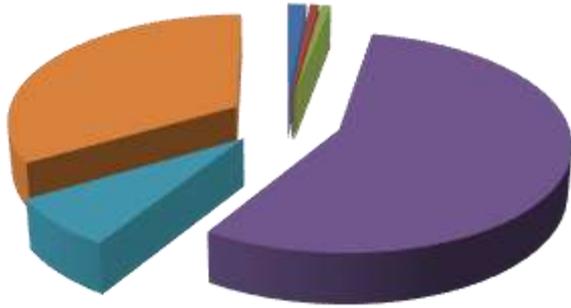


Algunos datos

- Georeferenciación de 20 Viñedos
- Datos procesados de 17 viñedos
- Datos de 134 cuadros de los 17
- Tiempo insumido 1 semana
- RRHH un equipo de 2 Técnicos

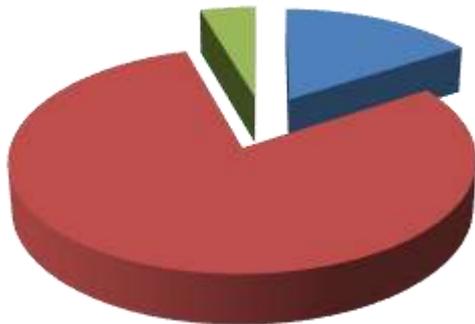
- Sobre los 34 cuadros :
 - Algunas estadísticas

conducción



- EF (EN FORMACION)
- L (ESPALDERA BAJA)
- M (ESPALDERA MEDIA)
- N (ESPALDERA ALTA)
- O (PARRAL)
- P (LIRA)

tipo de postes



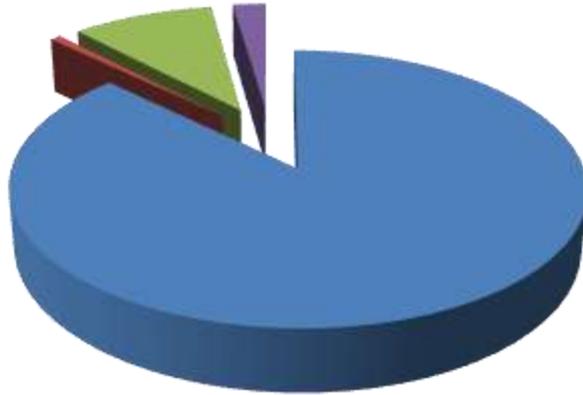
- H (HORMIGON)
- M (MADERA)
- M_H (MADERA_HORMIGON)

variedades



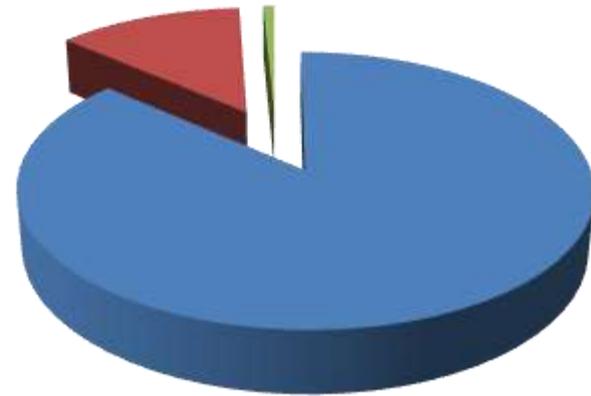
- 000 (MEZCLA DE VARIEDADES)
- 004 (MARSELAN)
- 012 (TANNAT)
- 014 (C. FRANC)
- 015 (C. SAUVIGNON)
- 016 (MERLOT)

estado de alambres



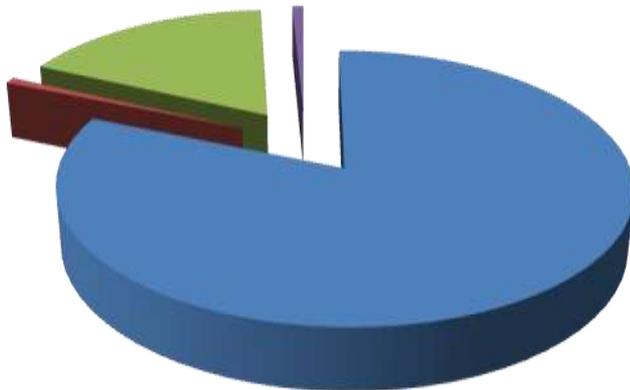
- BUENO
- MALO
- REGULAR
- (en blanco)

sanidad de las plantas



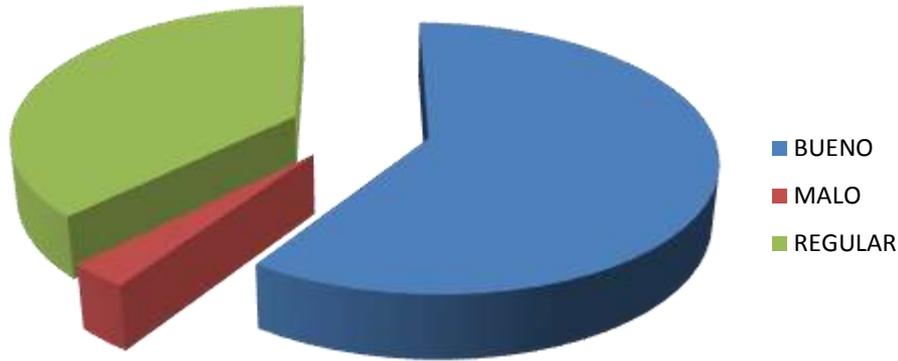
- BUENO
- REGULAR
- (en blanco)

estado de postes

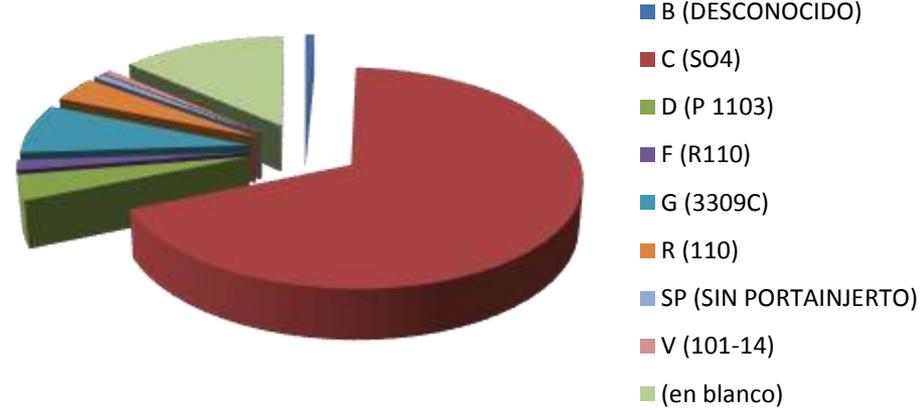


- BUENO
- MALO
- REGULAR
- (en blanco)

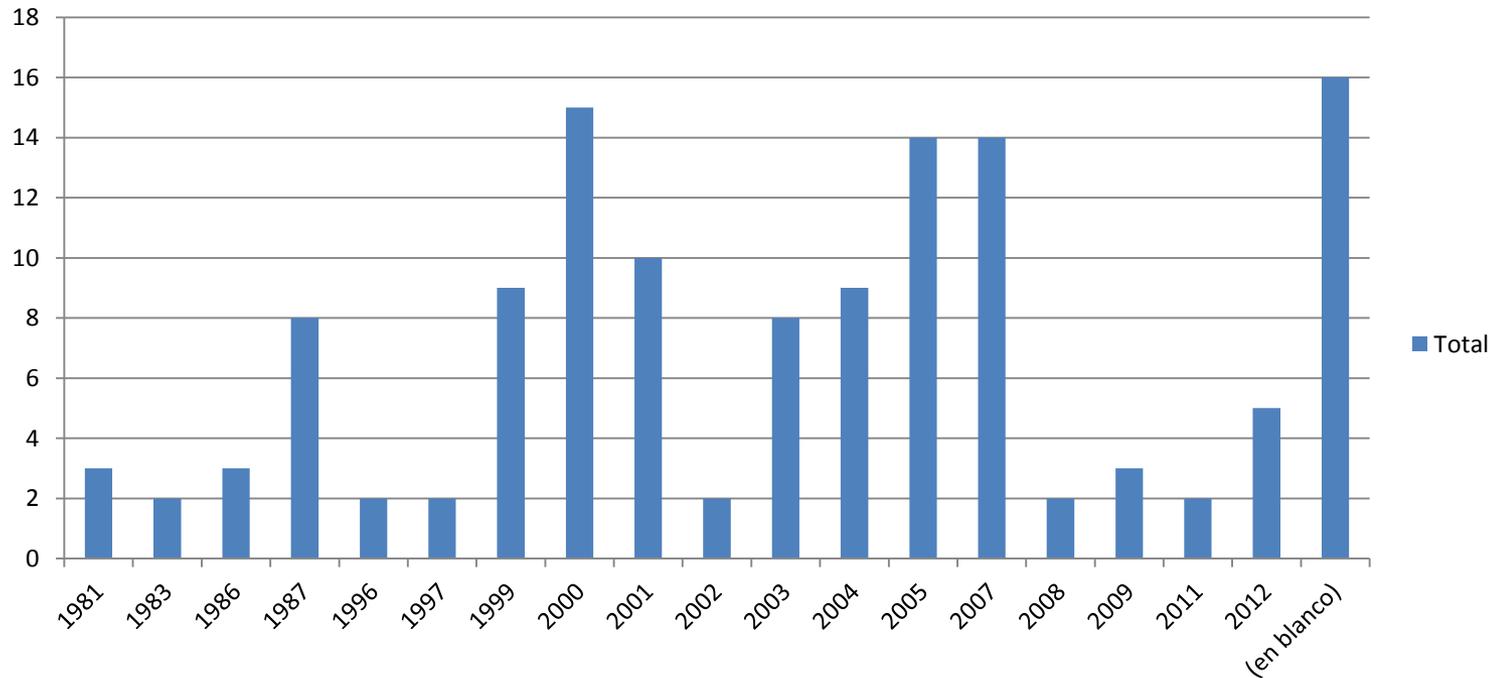
control de malezas



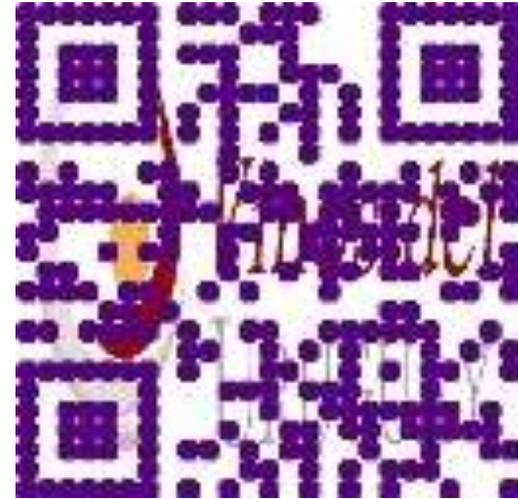
portainjertos



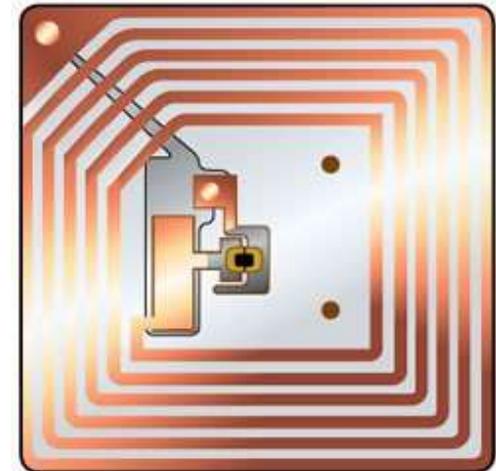
años de implantación



Ejemplo de QR

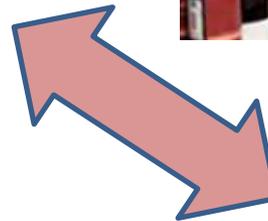
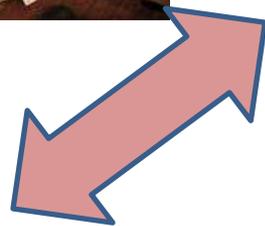
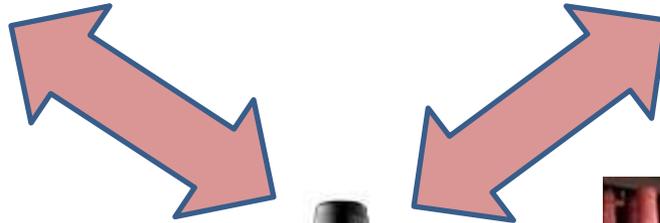


NFC (Near Field Communication), tecnología recientemente revitalizada al ser integrada en smartphones.





Trazabilidad



UruguayNatural



- Muchas Gracias

