

TRAZABILIDAD

¿QUE ES TRAZABILIDAD?

Es un procedimiento que permite conocer la historia, ubicación y trayectoria de un producto o lotes de productos, a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas.



¿PORQUE SE DEBE LLEVAR UN PROGRAMA DE TRAZABILIDAD?

Según el Decreto 1500 - 2007, Ar. 2

Toda empresa de carnes deberá desarrollar, implementar y operar un programa de trazabilidad con el objetivo de hacer seguimiento al producto con el enfoque de la granja a la mesa de conformidad con la reglamentación que al respecto desarrollen las autoridades competentes.

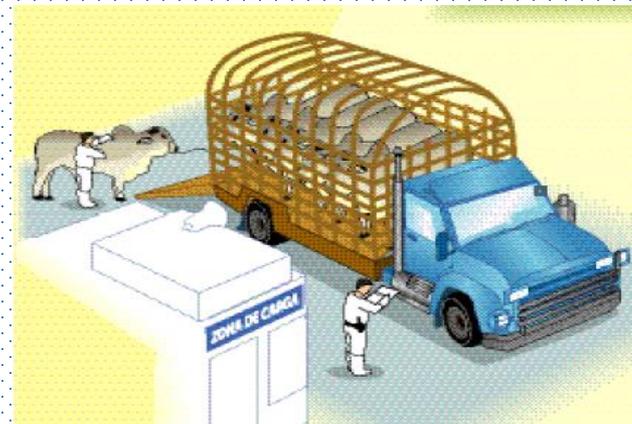
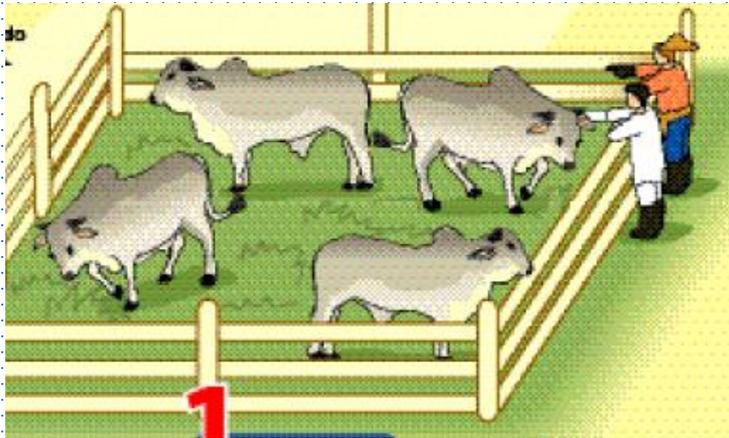
PORQUE LA NECESIDAD DE LA TRAZABILIDAD

- Principalmente por razones de investigación, provenientes de reclamos de clientes.
- Para su retiro desde el mercado ante sospecha o certeza de riesgo sanitario para la población.
- Exigencia de los mercados, quienes no quieren arriesgarse a aceptar y comercializar productos que no presenten total transparencia acerca de su elaboración.
- Un consumidor que cada día quiere estar más informado.



¿QUE DEBE TENER EL SISTEMA DE TRAZABILIDAD?

1. Trazabilidad hacia atrás: recepción y control de la información suficiente de los animales en pie, las canales, las materias primas cárnicas, ingredientes y/o aditivos (aspectos legales obligatorios, lotes y características de la materia prima, fechas de recepción).



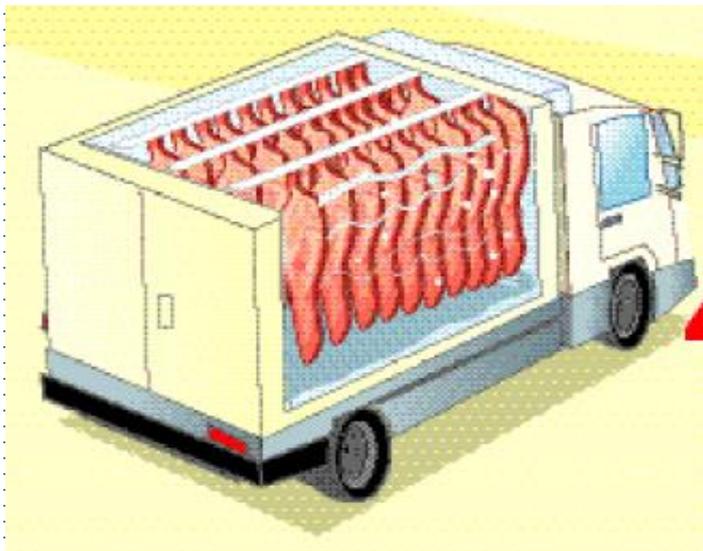
SE RELACIONA CON LOS PROVEEDORES

2. Trazabilidad interna: Debe existir un modo claro para la definición del lote y para la identificación de materias primas cárnicas y no cárnicas (rotulo y/o etiqueta, registros de variables de producción como temperaturas, pH, características organolépticas, etc.)



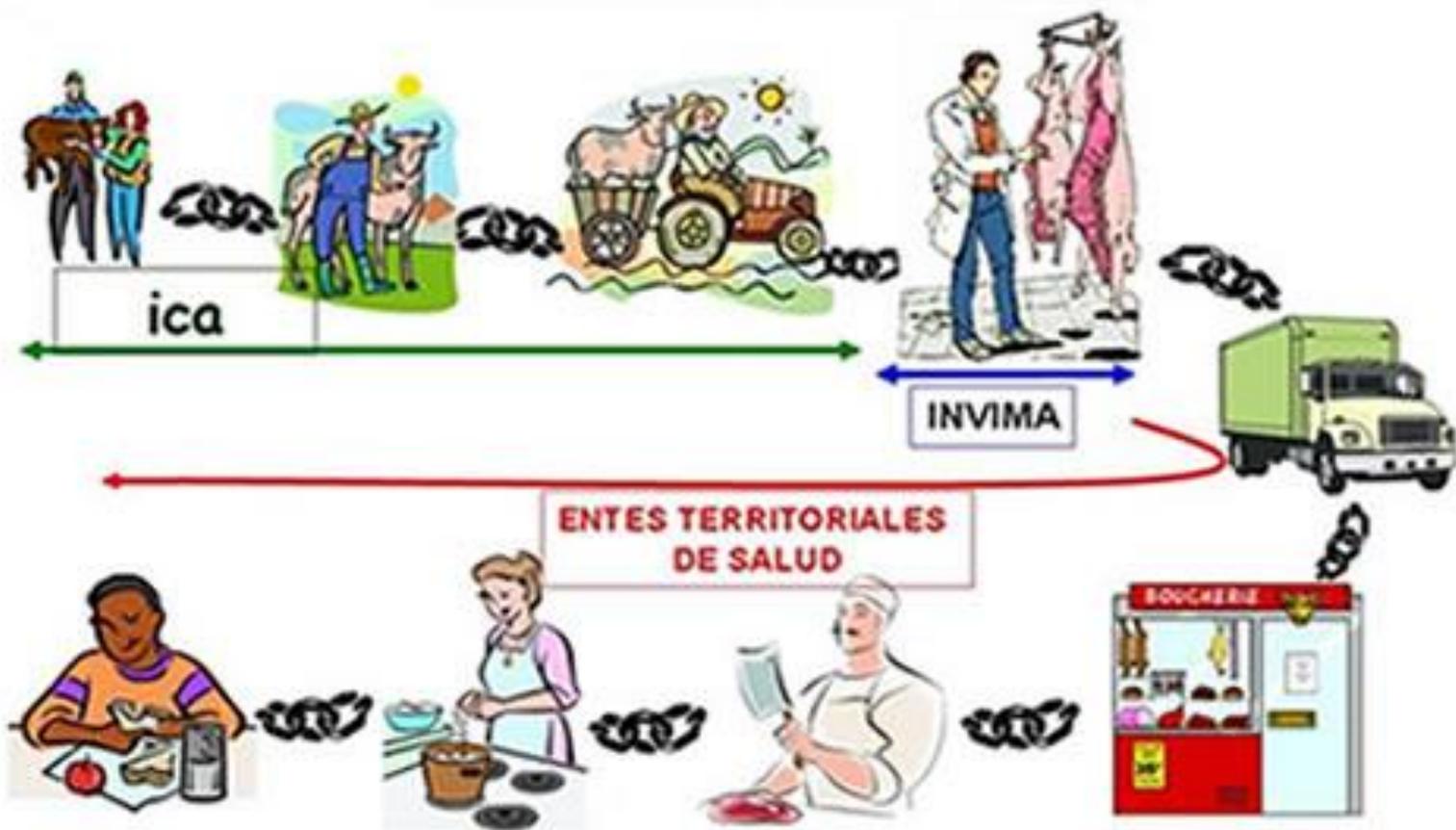
RELACIONADO CON EL CONTROL INTERNO DE LA PLANTA

3. Trazabilidad hacia adelante: Se debe conocer qué lote o grupo de lotes se ha enviado, vendido y a qué clientes han sido distribuidos (fechas de despacho, condiciones de transporte, etc.)



RELACIONADO CON LOS CLIENTES

EL SISTEMA DE INSPECCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL EN LA CADENA ALIMENTARIA CÁRNICA



OBJETIVOS DE LA TRAZABILIDAD

- Control de Calidad.
- Detección de errores en el proceso.
- Optimización de procesos y de gestión.
- A nivel de ofrecer información a los consumidores, sobre el producto.
- Mejorar los planes sanitarios, a fin de posibilitar estrategias para la erradicación de enfermedades.
- Cronología del producto final.
- Consecución de la ISO 9000 de identificación de productos y trazabilidad.

VENTAJAS DE LA TRAZABILIDAD

- Cuando se presenta un producto no conforme se puede saber con exactitud la procedencia de las materias primas, que se utilizó, como se elaboró, quien lo elaboró, etc. y así poder identificar las causas de esta inconformidad.
- La trazabilidad brinda importantes utilidades a los diferentes actores de una cadena de valor como ser: gestión eficiente de la logística y del suministro y aumento de la productividad.
- La trazabilidad mejora el seguimiento y la transparencia del origen y los movimientos de los productos cárnicos, como consecuencia de la creciente preocupación sobre sanidad, salud pública y confianza de los consumidores.

FORMAS DE LOTIAR

Se debe hacer de una forma sencilla.

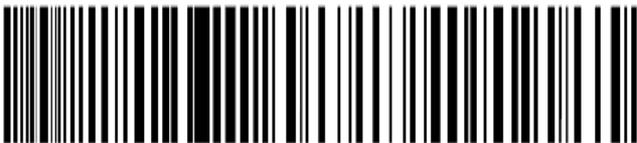
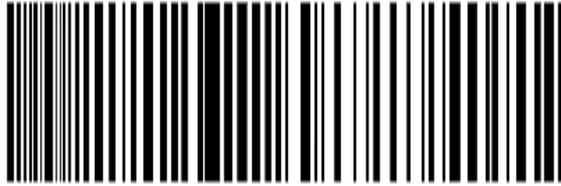
Por el numero de la fecha.

Por día del año.

Por código de barras.

Con letras.

Establecer colores.

MAGRO DE CABEZA PULIDO			
Nº EAN:	8411030801215		
F.RECEP.:	22.02.06	LOTE:	06053034
F.PROD.:		F.CAD.:	
CANT.:	320.5		
S.S.C.C.:	084110300000273272		
PESO NETO Kg.:			
	320,500		
INDUSTRIAL CÁRNICAS JISO, S.L.(Q)			
			
(02)08411030801215(17)000000(3103)320500(37)0321			
			
(00)0841103000000273272(10)06053034			

Fuente: elaboración propia a partir de la evidencia empírica.

DIFICULTADES PARA IMPLEMENTAR LA TRAZABILIDAD

Se requiere más tiempo.

Formatos demasiado complicados.

Que el personal no llene los formatos adecuadamente.

Que el personal registre datos falsos.

Información que no es necesaria o falta de esta.

Que se entienda que se van a buscar culpables.

Establecer procedimientos para la localización, inmovilización y, en su caso, retirada de productos

Elaborar un plan de actuación: los operadores deben actuar rápidamente para conocer la naturaleza del incidente, tomar las medidas correctivas necesarias para proteger la salud de los consumidores y el prestigio de la empresa, así como eliminar la causa del incidente y evitar que vuelva a producirse. Dicho plan, como mínimo, deberá considerar los siguientes pasos, si se requiere, de forma simultánea:

1. Informar a las Autoridades

Competentes, debido a que la legislación lo obliga en caso de que un producto importado, procesado, transformado, fabricado o distribuido no cumpla los requisitos de seguridad. Por supuesto, coordinar junto a ellas todas las actuaciones. Adicionalmente, crear un Comité Interno de Gestión del Incidente que recomiende las medidas necesarias, manteniendo informada a la Dirección de la empresa y a las Autoridades Competentes.

2. Conocer la naturaleza del incidente:

búsqueda de cuál puede ser el motivo del incidente, si éste está en alguno de los procesos que realiza la empresa, en los materiales o ingredientes, o bien en los de eslabones anteriores o posteriores de la cadena. Conociendo la naturaleza del incidente se podrá actuar acotando el/los lote/s o agrupación/es afectados, para aplicar de esta manera las medidas correctivas oportunas y evitar que el incidente se extienda a otros productos.

3. Localizar el producto afectado:

para ello es clave el tener implantado un sistema de trazabilidad adecuado. El producto puede encontrarse dentro del ámbito de gestión del operador alimentario o bien fuera de éste, en su cliente, o eslabones posteriores, e incluso ya en el consumidor.

4. Adoptar medidas correctivas:

una vez localizado el producto que ha sido objeto de un incidente, y valorando la naturaleza del mismo, la localización del producto, los costos económicos, etc., se procede a adoptar las medidas adecuadas para evitar poner en riesgo la salud de los consumidores. Entre estas medidas se suele decidir por la inmovilización de los productos afectados y, en su caso, su retirada del mercado. También se decide el destino de la mercancía, si es necesaria su destrucción o si es posible el reprocesado. En todos los casos se vela por la salud del consumidor.

5. Informar a otros operadores económicos:

informar a los operadores económicos que puedan estar afectados por el incidente y colaborar con ellos en cada una de las actuaciones citadas.



6. Realizar informe post incidente y sacar conclusiones:

puede resultar muy útil, en caso de que se haya producido un incidente, elaborar un informe de lo sucedido, evaluarlo y sacar conclusiones sobre cómo mejorar la forma de actuar.

FORMATOS NECESARIOS

- Recepción de materia prima.
- Inspección de materia prima.
- Controlar todo el proceso (tiempos, temperaturas, cocción, quien ejecuta cada actividad).
- Verificación del producto.
- Contramuestras.
- Trazabilidad de producto en devoluciones.
- Control de materia prima - proveedor

TIPOS DE TRAZABILIDAD

1. Trazabilidad descendente:

Es la que llevan a cabo los prestatarios de servicios logísticos que remiten las informaciones a las bases de datos (movimiento de mercancía procedente de los sitios de producción, diferentes rupturas de carga entre los lugares de producción y los de consumo, operaciones en el interior de las plataformas logísticas en el momento del *picking*, reparto en los puntos de venta, respeto de la cadena de frío). Por esto son los prestatarios de servicios logísticos los que estarán mejor posicionados para identificar los diferentes lotes de unidades de consumo que deben ser retirados en caso de incidente alimentario. El objetivo de la trazabilidad es en este caso la disminución de costos y del tiempo de reacción ante una crisis.

TIPOS DE TRAZABILIDAD

2. Trazabilidad ascendente:

Se centra en el seguimiento cualitativo de los productos. Desde el producto se puede determinar el origen y las características del mismo en todo punto de la cadena de abastecimiento.

El objetivo es poder determinar en todo punto de un continuo de producción-comercialización, el origen y características de un producto a partir de uno o más criterios dados.

