

MEMORIA INSTITUCIONAL

A continuación se detallan los grandes objetivos planteados correspondiendo cada uno a un área temática, los cuales se han materializado durante el presente año, a través del “Plan Estratégico 2012” definido por el Instituto.

- I.** **Área de Conocimiento sobre el Sector Cárnico:** Sistematización y creación de conocimiento y transmisión del mismo desde egresados universitarios hasta mano de obra calificada en la materia de industria cárnica.
- II.** **Área de Información:** Obtención, procesamiento y transmisión de información sobre volúmenes y precios de hacienda y productos para difusión masiva o personalizada (Presidencia, Junta, Ejecutivo, Productores, Industria) para comprender el negocio, permitir la toma de decisiones políticas y propender a un mejor funcionamiento de los mercados.
- III.** **Área de Calidad:** Integración de la calidad a todos los niveles del sector cárnico para valorizar los productos mediante establecimiento y aplicación de estándares de calidad Básicos y Especiales.
- IV.** **Área de Investigación de Mercados y Promoción (Marketing):** Apoyar el mantenimiento y apertura de mercados, para obtener nuevos clientes importadores en el exterior (estrategia “*push*”), para incidir en consumidores del exterior (estrategia “*pull*”) con efectos sobre la demanda de carne uruguaya.
- V.** **Área de Defensa de la Competencia:** Mantener atención y conciencia sobre la regulación legal vigente, promover prácticas competitivas en el sector cárnico, asesorar y observar e informar desviaciones al MGAP.
- VI.** **Área de Defensa del Mercado Interno y Consumidores:** Procurar y vigilar el acceso del consumidor final a carnes, menudencias, subproductos y productos cárnicos inocuos, en condiciones equitativas respecto de la exportación, en el marco de una política inclusiva de alimentación nacional. Impulsar el desarrollo de nuevos productos y carnes alternativas.
- VII.** **Área de Responsabilidad Ambiental en la Industria Cárnica:** Atención al impacto ambiental de la industria cárnica para mantener la posición comercial de las carnes uruguayas ante los riesgos de este desafío en los mercados exteriores.
- VIII.** **Área de Trazabilidad Integral:** Culminar la integración del ciclo completo de trazabilidad industrial (SEIIC) y de campo (MGAP) con fines de seguridad alimentaria (Ej. recall), comerciales y de posicionamiento en el exterior por producto y como creación de tecnología a escala nacional.

1 - PRINCIPALES INDICADORES DE LA CARNE AÑO 2012

Está culminando el año 2012 de pleno impacto de sequía 2008/09 y fuerte exportación en pie 2008-2011. Era un año difícil, de falta de ganado.

El cierre de todos modos será bueno: una faena de 2.1 millones, un consumo interno de 60 kg de carne bovina y 350 mil ton pc de carne vacuna.

En dinero, el valor medio por encima de 3800 USD/ton pc y apuntando firme a los 4000 USD/ton pc.

La apertura de Corea dará aun más firmeza al mercado. Solo resta Japón y el mundo entero estará abierto.

2 - CONSUMOS DE CARNES EN EL MERCADO INTERNO AÑO 2012 Y PROYECCIONES DE CIERRE

Carne bovina. Consumo proyectado 60 kg/hab/año

Consumo en volúmenes similares al 2011.

El año 2012 se presentó con dos períodos bien diferenciados: un primer semestre con volúmenes superiores al 2011 en promedio de un 3% y un segundo semestre donde los volúmenes cayeron con respecto al año anterior siendo el mes de setiembre cuando se registró la mayor caída - una baja de 9% con referencia a setiembre 2011.

Carne de ave. Consumo proyectado 20 kg/hab/año

Carne que se mantuvo con consumo estable con un leve aumento del 1.5%

Carne Porcina. Consumo proyectado 12 kg/hab/año

Presenta dos componentes: Faena nacional y carne importada.

La expedición desde las plantas de faena del país hacia el mercado interno aumentó un 7 % con referencia al 2011.

Con referencia a la carne importada el aumento de carne de cerdo ingresado al país en el 2012 fue de un 20% superior al 2011 período enero -noviembre.

Carne ovina. Consumo proyectado 6 kg/hab/año.

En el 2012 se vio una recuperación del consumo de esta carne en el mercado interno con volúmenes 50% superiores al año anterior.

En el año 2011 en el mes de diciembre ya se había comenzado a ver una mayor presencia y consumo de esta carne en el mercado interno, en ese mes se comercializó más del 40% del total comercializado en el año.

3 - LAS DISTINTAS ÁREAS

A continuación se destacan los grandes objetivos planteados correspondiendo cada uno a un área temática, los cuales se han materializado durante el presente año.

3.1 Área de Trazabilidad Integral

La repercusión del modelo de Trazabilidad uruguayo es internacional. A partir de una nota de la Agencia France Press hubo reportajes e informes de medios de Italia, España, Suiza. No es la primera vez que INAC da una conferencia como la que en noviembre debió realizar el Presidente del organismo frente al Consejo Agropecuario en México, para exponer sobre el modelo uruguayo en Trazabilidad.

Se continuó con la instalación de los lectores de caravanas (suministrados por un proveedor nacional), habiéndose instalado 13 unidades al momento de producirse este informe, siendo el objetivo completar el resto de las instalaciones lo antes posible. Se está trabajando conjuntamente con la División de Inspección Veterinaria del MGAP para lograr un correcto uso de los dispositivos por parte de las plantas, así como también ajustando detalles de funcionamiento.

3.2 Área de Calidad

Se comenzó a trabajar en la universalización del Programa Carne Uruguay Certificada. Cerca de 400 establecimientos de Cerro Largo fueron certificados en el marco de la 1º etapa de un plan piloto.

La certificación que se indica en el establecimiento define que el productor ganadero cumple con requisitos relacionados con el bienestar animal, inocuidad alimentaria, cuidado del medio ambiente y del trabajador rural.

3.3 Área de Información

Las acciones desarrolladas en el área de información apuntaron a tres objetivos: consolidar el **Sistema de Información Económico Financiero (SIEF)** de monitoreo de empresas, modernizar el **Sistema de Información de Mercado (SIM)** que da soporte a las estadísticas del instituto y comenzar a trabajar en algunos aspectos vinculados al aprovechamiento de la información generada. Se está colaborando en dos proyectos de investigación con el INIA (Uso de Mercado de Futuros y Opciones en Ganadería y Empleo de la Base de Datos generadas en Trazabilidad para el Mejoramiento Genético) que consolidarán en el futuro una mejor plataforma de innovación en el instituto.

Se presentó ante los encargados de Contabilidad de unas 22 firmas referentes del sector industrial cárnico la nueva versión del **Sistema Electrónico de Costos Únicos (SECU)**. Este sistema refleja el proceso productivo de las empresas, determina los costos de producción y es la base de la contabilidad de la industria frigorífica. La información vertida desde las empresas, complementada con los balances, permite a los servicios técnicos de INAC monitorear la situación económico-financiera de las empresas, transformando a INAC en una especie de Banco Central del sector cárnico. El proyecto integra además la participación de las firmas e inclusión de mejoras que surgieron de consultas realizadas por los técnicos de INAC a los frigoríficos.

3.4 Área de Defensa del Mercado Interno y Consumidores

INAC continuó trabajando en materia de control del mercado interno y lo educativo se centró este año en la **promoción de las carnes de pollo y de cerdo**, con el fin de enseñar a la población otras opciones de consumo a través de recetarios prácticos, económicos y saludables.

Se dio a conocer un Manual de Cortes de Carnes Alternativas: Pollo, Cerdo, Ovino y Conejo, destinado a quienes deseen conocer más sobre estas carnes, los principales cortes y su mejor forma de cocción, así como los atributos de las cuatro carnes.

En cuanto al **área de conocimiento**, se continuó con los cursos de capacitación para operarios del sector cárnico y con el Posgrado de Especialización en Industria Cárnica.

3.5 Área de Promoción

En el exterior, INAC participó en las siguientes ferias: PRODEXPO MOSCOW (del 13 al 17 de febrero – stand de 72 m²), SIAL CHINA (del 9 al 11 de mayo – stand de 72 m²) y SIAL PARIS (del 21 al 25 de octubre – stand de 500 m²).

También se destaca la actividad realizada en la Antártida – Almuerzo de confraternidad con delegaciones de Corea, Rusia, China y otros países que trabajan en la estación antártica, contando con la participación del Presidente de INAC.

Respecto a actividades realizadas en el país se destaca el Almuerzo de Gobernadores del BID, con show de trazabilidad para más de 1.000 personas, en la sede de ARU. El evento fue organizado en coordinación con el BID.

La delegación de empresarios uruguayos del sector cárnico que han acompañado estas iniciativas fue de aproximadamente: 30 personas en Rusia, 20 personas en China y 70 personas en Francia. La Dirección de Mercados Externos, además de diseñar y organizar los stands, coordina la agenda de diversas actividades en los países que se visitan.

Uruguay fue confirmado como sede del **Congreso Mundial de Carnes** de OPIC en 2016.

En la asamblea previa al Congreso Mundial de Carnes que se desarrolló en Francia en 2012, se confirmó al Ing. Fernando Gil de Dirección General de INAC como miembro de la Junta de Directores de OPIC.

Por otro lado, se firmó junto a la Asociación Uruguaya de Fútbol, el Acuerdo Nacional de Promoción País **Fútbol y Carne**, declarado de interés nacional por la Presidencia de la República.

A través de esta alianza, ambas organizaciones trabajarán para promocionar al país y sus carnes naturales en las actividades que se cumplan en el exterior y en Uruguay hasta el término de la fase clasificatoria del Mundial de Fútbol 2014, contribuyendo además a potenciar al fútbol en sus planos social, cultural, deportivo y económico.

Ejemplos de esta alianza, fueron las actividades desarrolladas en Rusia junto a la selección y en Londres a través del bus tradicional identificado con imágenes de la carne uruguaya y la Copa INAC.

Siguiendo con el innovador modelo de promocionar las carnes a través de la gastronomía, el **proyecto Uruguay Natural- parrilla gourmet** inaugurará el próximo 27 de diciembre, la 1^o Escuela de Parrilleros en Punta del Este, donde jóvenes de UTU de la Escuela de Alta Gastronomía Pedro Figari, ubicada en

Parada 12, Playa Mansa, de Punta del Este, estarán aprendiendo el arte de la parrilla entre enero y marzo para luego poder incorporarse a los proyectos de Restaurantes que habrá en el mundo y en el país.

En los primeros meses del año, en Montevideo, será inaugurado el 1º Restaurante de la Franquicia.

3.6 Trabajo inter-institucional

Equipos de INAC apoyaron a personal del **MGAP** en la campaña contra la aftosa que se inicia con la vacunación del rodeo uruguayo.

El Instituto Nacional de Carnes dispuso de vehículos y personal para sumarse a las tareas que el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca realizó en el mes de febrero en Colonia, Cerro Largo, Artigas y Durazno.

En relación a extensión, **INIA** e INAC realizaron acciones de cooperación para generar charlas en el interior del país.

Las primeras actividades se cumplieron en Treinta y Tres y Salto en las Estaciones Experimentales de INIA de ambos departamentos, con una cobertura total de 530 personas.

Las Jornadas de Suplementación de Bovinos y Ovinos se cumplieron entre mayo y junio, con el apoyo de IPA, SUL, MGAP e INAC.

Se prosiguió con las actividades conjuntas con la **Facultad de Veterinaria** para desarrollar cursos de capacitación de operarios del sector cárnico en Artigas, Pando, Colonia y Montevideo.

Con **SUL** se desarrollaron las primeras ovinpiadas nacionales en el local Santa Bernardina de la Sociedad Rural de Durazno y luego en las pruebas clasificatorias regionales en Florida, Cerro Largo y Salto, donde participaron jóvenes de todo el país

Las actividades apuntan a promover en la juventud del medio rural el interés y la capacitación en destrezas laborales vinculadas al rubro ovino.

Casi culminando el año, en el mes de noviembre, **INIA, LATU e INAC** organizaron el Congreso del Campo al Plato nucleando a expositores internacionales y locales en relación a los principales temas del sector cárnico.

Se mostró al mundo el posicionamiento de Uruguay a través del Congreso; muchos de los expositores internacionales confirmaron la opción que nuestro país ha tomado en materia de marketing, conocimiento e innovación.

Las actividades contaron con la participación de expositores referentes de la producción ganadera y de la industria cárnica, junto a los principales ministros vinculados al sector: Relaciones exteriores, Ganadería e Industria.