

A continuación se detallan los grandes objetivos planteados correspondiendo cada uno a través del “Plan Estratégico 2013” definido por el Instituto Nacional de Carnes.

1- Cambios institucionales

- Se está por culminar la implementación del nuevo sistema de información gerencial. El sistema se basa en los procesos y actividades que ejecuta el instituto con impacto contable. Esto aumentará la capacidad, mejorando la eficiencia de los cometidos institucionales.
- El Instituto Nacional de Carnes se adhirió este año al Programa “Yo Estudio y Trabajo” ingresando 4 becarios hasta el momento.
- Se negoció con los actores privados y públicos la reforma de la Ley de Inac por la cual: a) el sector avícola comenzó a aportar el 0,7 al igual que el resto de las carnes, b) se amplía la integración y representación de los productores ganaderos y de los industriales través del ingreso de un delegado compartido por la Comisión Nacional de Fomento Rural (CNFR) y Cooperativas Agrarias Federadas (CAF) y otro delegado por la industria abastecedora del mercado local.

2- Condiciones de la justa competencia

- Se corrigió para que las Aves aportaran en igualdad a las otras carnes el 0.7%.
- Se introdujeron aportes para la exportación de ganado en pie y para la importación de carne, para lograr justicia tributaria.
- Se modernizó sobre el final del 2013 el sistema informático, para una mejor captura de esta importante información.

3- Ajustes en Contralor

- Se continuó perfeccionando el sistema de Cajas Negras (SEIC) en varias direcciones:
 - ✓ Se comenzó un recambio tecnológico de equipos (SEIC 2.0)
 - ✓ Se probaron las tecnologías de lectura de caravanas en planta y vínculo con la trazabilidad industrial.
 - ✓ Está en desarrollo tecnología nacional para scanners de canales (para clasificación automática).
 - ✓ Se ajustó toda la operativa de Dressing, con publicación de resultados por planta en forma semanal (por primera vez en la historia).
 - ✓ Se detectó una adulteración (Frigoyi) y se multó en plazo perentorio, con la máxima multa que la ley habilita. La empresa pagó sin recurrir la decisión. Todo esto fortaleció la imagen del sistema.
- En el Mercado Interno se continuó el acompañamiento, introduciendo pequeñas mejoras para ayudar a incrementar la calidad en las carnicerías. El consumo global continúa alto (Casi 100 kg de todas las carnes) sostenido por la alta renta, y se desarrollan nichos más sofisticados (carnes con marca, etc). Todo esto requiere apoyo del instituto, así como el monitoreo de la importación y elaboración de productos cárnicos.

4- Desarrollo de la Calidad

- Se continuó trabajando en todo los aspectos vinculados a Bienestar Animal, donde Uruguay es líder regional. Se elaboró un Protocolo, se realizaron Congresos, visitas de expertos e intercambios.
- Se comenzó un trabajo muy innovador en Cerro Largo, para Certificar Masivamente a todos los ganaderos del departamento (engorde) con requisitos algo más simples de cumplir que los que exige el USDA o Globalgap. Se trabaja en la homologación.
- Se comenzó un trabajo de largo aliento único en el mundo, de intentar integrar las 3 grandes bases de conocimiento: SNIG-SEIC- Base Genética. En primer lugar con Hereford para probar el sistema que luego se puede extender a todos. El objetivo es capitalizar en mejoramiento genético (con marcadores moleculares) toda la gran base que se genera en el SNIG-SEIC. Todo se ha realizado en perfecta coordinación INAC-MGAP.
- Se continúa trabajando en temas de investigación de Innocuidad, en proyectos que contemplan el tema irradiación de productos (importante para productos enfriados, por su vida útil).

5- Informaciones y Análisis Económico

- Se terminaron de construir potentes sistemas internos del INAC (SIM-Sistema de Información de Mercado, SIEF-Sistema de Información Económico Financiera). El primero monitorea todo el proceso de Precios/Faena/Exportaciones/Ventas al Mercado Interno generando información semanal de gran valor. El segundo monitorea el desempeño económico de 23 empresas industriales que representan

más del 90% de la faena (es una especie de BCU de la Industria: control de cumplimiento y de riesgos).

- Se continuó con la línea estratégica de máxima transparencia informativa para todo tipo de actividad comercial (ejm: decreto de información de dressing, información sobre cumplimientos sobre cuota Hilton o 481, monitoreo de la competencia con precio de ventas de grandes exportadores, etc).
- El Novillo Tipo completó sin problemas 7 años de publicación: es un mojón para entender los grandes movimientos del mercado.
- En grandes líneas, el acompañamiento de la industria ayudó a que, a diferencia de Argentina o Brasil, no hubieran quiebras industriales (solo un frigorífico pequeño en Florida), sin consecuencias en el mercado ni la reputación de la cadena de Uruguay.
- Se acompañaron cambios empresariales (sociedades que se desarmaron como por ejemplo BPU-Solis) asesorando de modo que no hubiera contrariedades en el mercado. Se procesaron con naturalidad, como debe ser. El INAC apoya con sus técnicos a las empresas (ejm: BPU y otras) para mejorar su performance industrial.

6- Marketing y Promoción

- Se participó en el 2010 en la Feria de Shanghai, que fue una gran experiencia y aprendizaje. Gracias a ella se terminó de definir el modelo de Restaurante Parrilla Gourmet, que soporta la estrategia de Uruguay Natural Club. Coincidentemente, o no, China es hoy el principal cliente en volumen de la carne del Uruguay (25%), participación que aumenta si se consideran todos los productos en valor.
- En las Ferias Internacionales el país terminó de afirmar su identidad con el nombre URUGUAY asociado al ícono de pastos y código de barras. Este ícono también se colocó por Reglamento del INAC en todas las Cajas de Exportación.
- Se llegó en el 2013 a que un gran trader y restaurante (Block House, Alemania) hiciera por primera vez la semana de la carne del Uruguay en 35 locales de la cadena. Esto aproxima nuestra marca a la imagen de la carne argentina (con la cual también trabajan).
- En el proyecto Uruguay Natural Club (UNC) se abrió el primer restaurante Uruguay Natural Club Parrilla Gourmet en Uruguay, ubicado en la zona de Punta Carretas y se continuó trabajando en el restaurante en Portugal (Algarve). En México se trabaja con carne certificada pero en un concepto algo diferente (que se busca expandir a supermercados). Próximamente se instalará otro Restaurante en Palmas de Mallorca.
- Todas las tareas se hacen siguiendo principales mercados en Europa (SIAL, ANUGA o Proexpo) o en ASIA (SIAL). Hay tareas especiales en Corea del Sur, luego de su apertura en el año 2012, un verdadero mojón.
- Se acompañará con promoción la apertura de carne ovina a USA o Chile, en su oportunidad como se ha hecho siempre para apoyar el esfuerzo del sector privado.
- Siguiendo la experiencia de Rusia en el 2006, se mandaron técnicos de INAC en visita de media duración (algunas semanas) a China, a trabajar junto a la Cancillería (embajadora). Se plantea incursionar más firmemente en el año 2014.
- Fue lanzado el Club de la Celeste, un grupo de empresas y organizaciones con compromiso de apoyo al desarrollo de selecciones nacionales, con vistas a la presentación del país en el próximo Mundial de Fútbol, siendo INAC uno de los miembros fundadores.

7- Educación y extensión

- Se completó en 2010 la 1º edición, se realizó en 2011-12 la 2º edición, y en el 2013 está en marcha la 3º Edición del Posgrado de Especialización en Industria Cárnica entre el INAC y la UDELAR (ahora con 4 Facultades: Agronomía, Veterinaria, Ciencias Económicas, Ciencias Sociales). Se han graduado más de 60 técnicos y cuando culmine esta tercera edición en el 2014 se llegarán a los 100. Se evalúa una Edición Internacional por la alta demanda.
- Se continuaron con los cursos de capacitación a distintos niveles: operarios, técnicos, etc. En todo el país y en variadas circunstancias. Por ejemplo, se dictó un curso para Operarios en el COMCAR en el marco de un programa con el Mides.
- Se continua el trabajo con Escolares en el proyecto Educampo y Edúcate, con escolares en Montevideo y con escolares rurales, respectivamente, con el objetivo de achicar la brecha entre campo y ciudad.
- Se lanzó el Primer Museo Virtual Interactivo del Uruguay, con la historia, la actualidad y el futuro de la cadena cárnica. Funciona en la sede Anexa de Misiones 1319.
-

8- Reconocimientos institucionales

- Siguiendo una estrategia que comenzó en el 2007 con presentación en el Congreso regional de Brasil IMS, continuó en el 2008 con presentación en el mundial de Sudáfrica, luego en el 2009 y 2010 con reuniones de grupo de Economía de IMS (el último con presencia del presidente de la república, Sr. José Mujica), y finalmente en el 2010 en el mundial de Buenos Aires (donde se presentó la candidatura), Uruguay consiguió la sede para el Congreso Mundial IMS-OPIC 2016 que se desarrollará en Punta del Este. Es la primera vez en la historia, más de 40 años.
- El SEIIC recibió premios a la Innovación de parte de la ANII.
- El INAC fue distinguido entre los organismos que aportan a la transparencia de información.