



EstáHecho

Racconto de la gestión y perspectivas



MEMORIA QUINQUENAL 2010-2014

Uruguay
inac
Instituto Nacional de Carnes

INAC: Organización y perspectivas

-Memoria quinquenal 2010-2014-

El Instituto Nacional de Carnes es un organismo público no estatal creado por ley para la proposición, asesoramiento y ejecución de la política nacional de carnes.

Fue creado en 1967 con el objetivo de promocionar, regular, coordinar y vigilar las actividades de producción, industrialización, comercialización y transporte de carnes, menudencias y subproductos.

El Instituto tiene un amplio campo de acción dado que debe monitorear el desempeño en diversas especies: bovinos, ovinos, suinos, equinos, aves, y a lo largo de diversos eslabones de la cadena, fundamentalmente en lo que refiere a industrialización y comercialización, tanto en mercado interno como en el externo.

Misión:

Desarrollar acciones de naturaleza colectiva que promuevan actividades y formulen políticas que agreguen valor y contribuyan al desarrollo socio-económico de la cadena cárnica, facilitando el vínculo entre productores, industriales, comercios exterior e inversiones.

Visión:

Posicionar el sector cárnico uruguayo como proveedor de productos de calidad reconocida por el control de sus procesos y la flexibilidad de adaptación a las demandas de los consumidores.

Lineamientos estratégicos

Los ejes estratégicos sobre los cuales actúa el INAC se dividen en tres, comprendiendo la construcción del posicionamiento del sector cárnico de Uruguay en el mundo, la mejora continua de los procesos generadores de valor al interior del sector y el desarrollo de las capacidades institucionales, incluyendo la vinculación del sector con la sociedad.

Estos tres ejes estratégicos son el marco de actuación institucional con el objetivo de agregar valor al sector cárnico del Uruguay fomentando el desarrollo socio-económico de los agentes de la cadena a través de su posicionamiento como proveedora de alimentos de calidad en el mundo.

1

Posicionamiento del sector cárnico

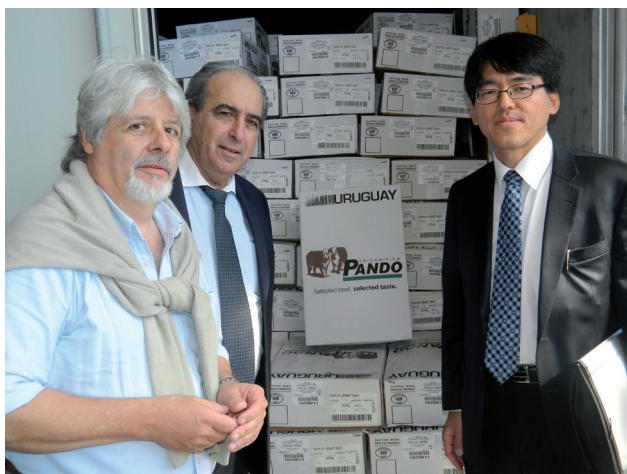
1.1 Acceso a Mercados

Objetivo: *incrementar los mercados potenciales de colocación de los productos cárnicos y profundizar los actuales.*

- Apertura de Mercados.
- Profundización de Mercados.

Está Hecho:

- ✓ Apertura Corea del Sur en febrero de 2014.
- ✓ Acceso a la Cuota 481.
- ✓ Apertura para carne ovina sin hueso del mercado de EEUU, marzo 2014.
- ✓ Implementación de productos Halal en China.
- ✓ Oficina internacional de INAC en China, en primer semestre 2014.



1.2 Adaptación a la demanda

Objetivo: *incorporar los principales atributos de calidad valorados por los nichos de mercado de alto valor.*

- Programas de certificaciones a medida.
- Plan piloto de certificación masiva.

Está Hecho:

- ✓ Programa y Protocolo de Bienestar Animal.
- ✓ Etiquetado Facultativo.

- ✓ Estudio de sustentabilidad con Facultad de Agronomía.
- ✓ Acuerdo del Programa de Certificación piloto en Cerro Largo con Alianza del Pastizal.



1.3 Construcción de MARCA

Objetivo: *posicionar la marca de las carnes de Uruguay bajo el concepto "Envasamos la Naturaleza, Vendemos Confianza".*

- Consolidación de Identificación de Origen en Cajas de Exportación.
- Franquicia de Restaurantes "Uruguay Natural Club".
- Exposiciones Internacionales.
- Cursos y charlas magistrales en centros gastronómicos del exterior.
- Alianza de la marca con referentes culturales y deportivos reconocidos mundialmente.
- Proyecto "Un Paseo por los Sentidos".



Está Hecho:

- ✓ Instalación de dos restaurantes de la Franquicia durante la Expo Shanghai 2010.
- ✓ Restaurante de la Franquicia Uruguay Natural – parrilla gourmet- operativo en Montevideo.
- ✓ Restaurante de la Franquicia en fase de instalación en Fortaleza.
- ✓ Caso promocional en Cadena de Restaurantes Alemana Block House con 44 sucursales.
- ✓ Desarrollo de un programa de promoción a nivel minorista en México.
- ✓ Exposiciones internacionales en China, Alemania, Francia, Corea del Sur y Rusia.
- ✓ Cursos y charlas en Escuela de Gastronomía Swissam en San Petersburgo y demostraciones culinarias en Moscú.
- ✓ Alianza con Asociación Uruguaya de Fútbol y Ballet Nacional del Sodre.



1.4 Internalización del Instituto.

Objetivo: incidir en las organizaciones internacionales que representan intereses del sector cárnico.

- Participación activa en International Meat Secretariat (IMS) cooperando en ámbitos de discusión con la FAO, Parlamento Europeo, Empresas, Corporaciones, Gobiernos y Sociedad Científica.
- Miembro del GIRA, principal empresa consultora de investigación y estrategia en mercado de alimentos



Está Hecho:

- ✓ Uruguay sede del Workshop de economía en 2010.
- ✓ INAC está representado en la Junta de Directores de la IMS.
- ✓ INAC ostenta la Vice-presidencia del Comité de Economía de la IMS.
- ✓ INAC referente en el Comité de Sustentabilidad de la IMS.
- ✓ Uruguay sede del Congreso Mundial de la Carne 2016.



2

Procesos de valorización

2.1 Fortalecimiento de la Calidad e Inocuidad

Objetivo: *garantizar los atributos de inocuidad e integrar la calidad en todos los niveles de la cadena agroindustrial cárnica, de manera de valorizar los productos comercializados y mejorar la competitividad del complejo cárnico de Uruguay.*

- Tecnologías de la información integradas a tareas rutinarias de inspección.
- Control de calidad de productos y procesos.
- Desarrollo de la calidad para la valorización de productos a través del cumplimiento voluntario de protocolos y programas.
- Normalización de la calidad de los productos cárnicos.
- Estudios de durabilidad en productos comerciales.
- Estudio de Mermas en el Enfriado.

Está Hecho:

- ✓ Investigación de durabilidad de cortes envasados al vacío.
- ✓ Cuantificación pérdidas económicas por mermas de frío.
- ✓ Cuantificación pérdidas económicas por problemas de calidad.

2.2 Generación de valor desde la Trazabilidad

Objetivo: *desarrollar una plataforma de información basada en la trazabilidad capaz de agregar valor a los productos cárnicos.*

- Integración SIRA – SEIIC.
- Información al productor.
- Trazabilidad 100%.
- Tipificación objetiva de la canal.

Está Hecho:

- ✓ Plataforma SIRA- SEIIC como garantía de certificación.
- ✓ Tres alternativas de tipificadores de canales validados para su uso.
- ✓ Marketing en punto de ventas “De la naturaleza a su mesa” con demostraciones de trazabilidad al consumidor.



2.3 Fortalecimiento de las capacidades del sector

Objetivo: *disponer de mano de obra entrenada, mandos medios formados y cuerpo gerencial profesional.*

- Posgrado de Especialización en la Industria Cárnica.
- Plan de Capacitación de Operarios.
- Asistencia Técnica en Plantas.

Está Hecho:

- ✓ Tercera edición de posgrado, con más de 80 graduados del Posgrado PEIC a fin del presente año, incluyendo estudiantes extranjeros.
- ✓ Más de 60 docentes nacionales e internacionales dictando cursos en el posgrado.
- ✓ 828 personas participaron de los Cursos de Operarios del sector cárnico

2.4 Eficiencia de la cadena y monitoreo del riesgo

Objetivo: *contribuir al uso eficiente de los factores de producción, competencia leal y monitoreo del riesgo.*

- Difusión de la utilidad del Novillo Tipo.
- Sistema de Información Económico-Financiera de empresas para monitoreo de riesgos en el sector.
- Benchmarking de gestión de las empresas.

Está Hecho:

- ✓ Sistemas desarrollados, operativos y consolidados.
- ✓ Acceso multiplataforma.
- ✓ Estudio de factibilidad de los mercados de futuro con el INIA.

3

Capacidades institucionales

3.1 Inserción del sector en la sociedad

Objetivo: contribuir al acercamiento del sector a la sociedad.
Programas con Escolares.

- Formación de Periodistas
- Apoyo al Poder Ejecutivo y Legislativo
- Monitoreo de precios y consumos según estrato social

Está hecho:

- ✓ Foro de las Carnes con participación del Poder Legislativo, Ministerios, gremios, cámaras y empresarios del sector.
- ✓ Seguimiento de los precios de paridad de exportación.
- ✓ Museo de la Carne con 4.000 visitantes en su primer año de existencia.
- ✓ Dos talleres de formación de periodistas de economía y agropecuarios con más de 100 participantes.
- ✓ 700 niños participando de los talleres de Educampo en Montevideo y 1.600 niños y 200 docentes de escuelas rurales .



3.2 Eficiencia Institucional

Objetivo: mejorar la eficiencia institucional.
Revisión y desarrollo de procesos.

- Incorporación de tecnologías de procesos.
- Focalización en los cometidos y agregado de valor de INAC.
- Desarrollo de capacidades de planificación, seguimiento y evaluación.
- Planes estratégicos y cuadro de mando integral.
- Auditoría de gestión.

Está Hecho:

- ✓ Documento de Reflexión Estratégica al 2016.
- ✓ Redefinición del Plan de Cuentas según el agregado de valor.
- ✓ Generación de información para la toma de decisiones.
- ✓ Auditorías Internas.
- ✓ Celebración de alianzas institucionales.

- Mejorar el sistema de habilitación y registro de carnicerías
- Desarrollar el sistema de registro y gestión de abasto.
- Optimizar el sistema de Cajas Negras.
- Generar "indicadores de referencia" entre los agentes del Sector incorporando el riesgo.
- Desarrollar un área de Marketing capaz de trabajar en conjunto y dar soporte a las empresas privadas.
- Abrir mercado de Japón.

21st WORLD MEAT CONGRESS

wmc 
URUGUAY 2016 7th - 9th NOVEMBER PUNTA DEL ESTE

Uruguay
inac
Instituto Nacional de Carnes



 **URUGUAY**