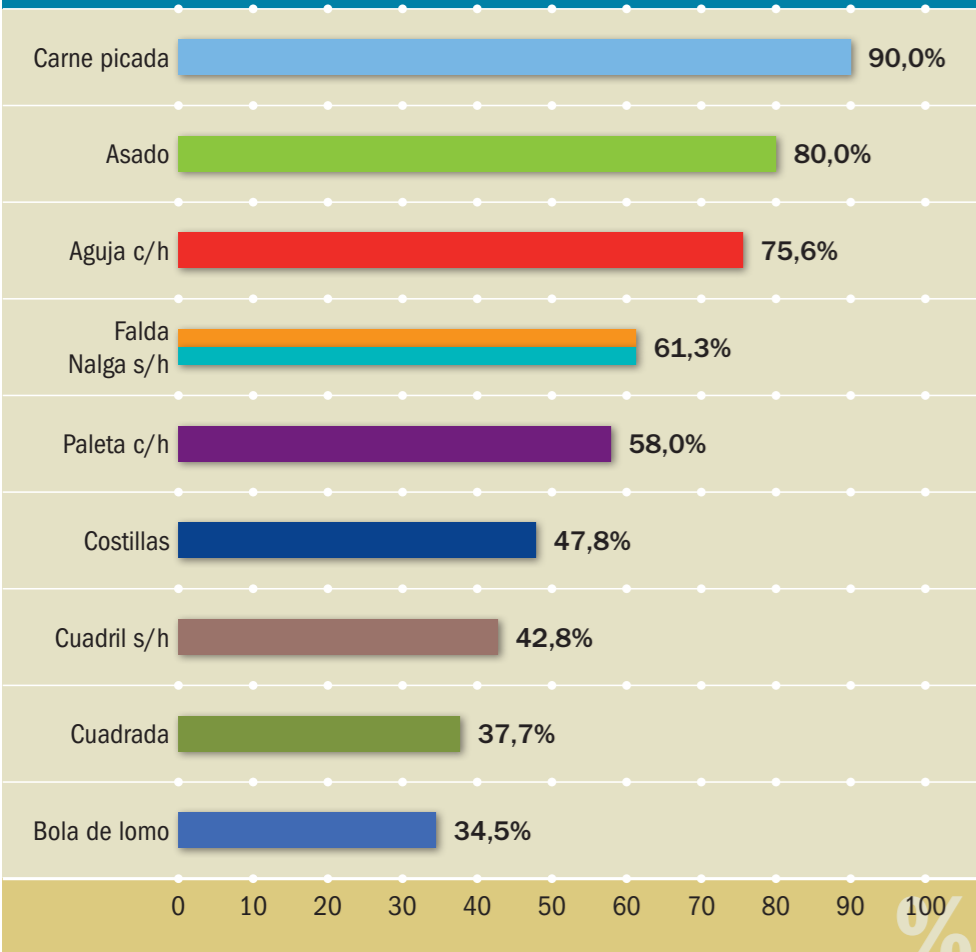


Preferencias de consumo de carne bovina

FRECUENCIA RELATIVA
CANASTAS DE CONSUMO - PAÍS



- ▶ La carne picada lidera en todas las canastas por zona y por ende en la canasta país, alcanzando una frecuencia relativa del 90%.
- ▶ En las siguientes posiciones se ubican los cortes del delantero: asado, aguja c/h, falda.
- ▶ El primer corte del trasero aparece en la 4ª posición correspondiendo a la nalga s/h, mostrando los consumidores una preferencia en relación a los otros cortes del trasero.



INSTITUTO NACIONAL DE CARNES
Dirección de Contralor del Mercado Interno

Rincón 545/549 - C.P. 11.000
Montevideo – Uruguay
Tels.: (598) 2916 0430
(598) 2916 2134
Fax: (598) 2916 0430 int. 439
dcmi@inac.gub.uy
www.inac.gub.uy



ALGUNOS INDICADORES DEL

Consumo de Carnes

EN UN MERCADO CAMBIANTE



DIRECCIÓN DE
CONTRALOR
DEL MERCADO
INTERNO



- ▶ La posición de Uruguay como consumidor de carne en relación a su PBI es alta. En un país con renta media el consumo de 94 kilos/hab/año se considera alto al compararlo con el resto del mundo.
- ▶ La composición de la canasta de carnes en Uruguay es particular, con predominio absoluto de la carne bovina, siendo que en el resto del mundo las carnes predominantes son la suina y la aviar.
- ▶ La evolución del consumo per cápita de todas las carnes en los últimos 6 años ha sido positiva, salvo en la carne ovina.

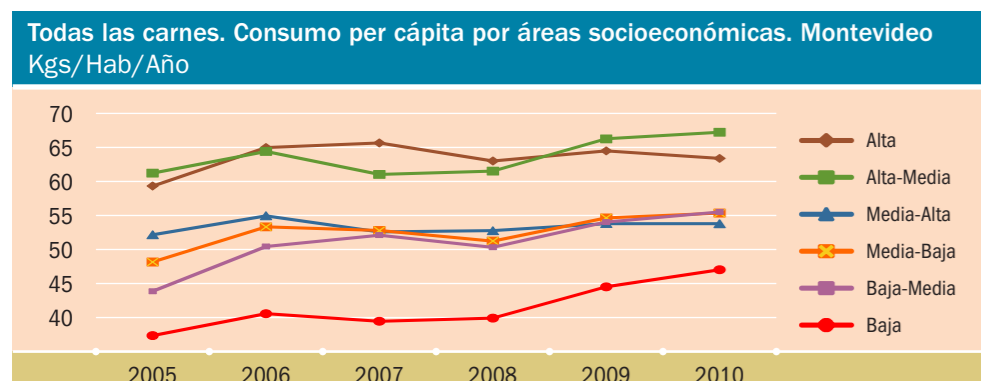
Evolución del consumo per cápita de carne

	Destino abasto e industria - (Kgs/Hab/Año)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Carne Bovina	47,6	51,2	51,0	54,7	58,2	61,2
Carne Aviar	15,6	17,7	14,7	17,0	19,0	19,0
Carne Suina	8,8	9,0	9,6	8,6	8,6	9,7
Carne Ovinia	4,5	6,2	6,2	5,7	5,8	4,5
TOTALES	76,5	84,1	81,5	86,0	91,6	94,4

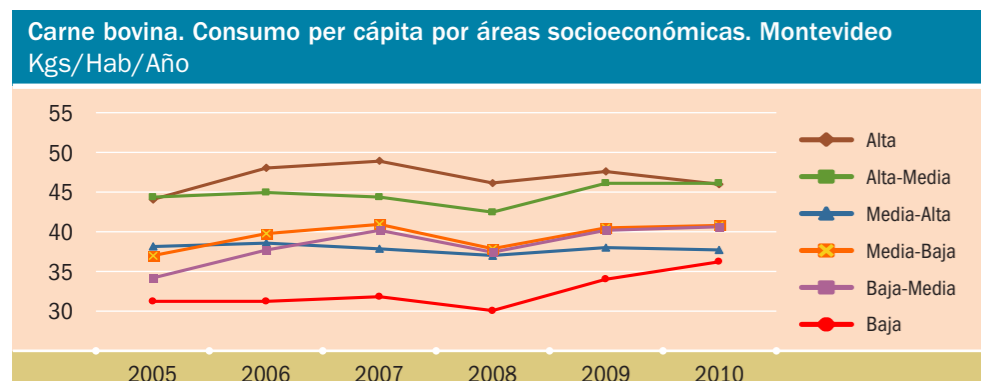
Cambios detectados en la comercialización de carnes en Uruguay

- ▶ Aumento de la demanda de casi todas las carnes, siendo importante en carne aviar y en carne suina. La carne suina tradicionalmente se consumía solo en chacinados, actualmente aparece como carne sin industrializar en la mayoría de los puntos de venta.
- ▶ Aumento en la industrialización de carne bovina, con destino principal para hamburguesas.
- ▶ Aumento del consumo de carne en el interior del país, que ocupa una porción del mercado de abasto correspondiente al 66%.

Distribución del consumo de carne según áreas socio-económicas en Montevideo



- ▶ Existe por parte del INAC la preocupación de cómo se distribuye el consumo de carnes entre las distintas áreas socio-económicas, por lo que se realizó un estudio en el departamento de Montevideo para el período 2005-2010.
- ▶ Los datos más importantes de ese estudio se pueden resumir en un acortamiento de la brecha de consumo entre la zona de mayor poder adquisitivo y la más baja, en el año 2005 esa diferencia ascendía a 22 kgs/hab/año, en el 2010 se redujo a 16 kgs/hab/año.
- ▶ El área socio-económica de menor poder adquisitivo presentó un consumo de carnes de 47 kgs/hab/año.



- ▶ Si bien las áreas de mayores ingresos siguen siendo las que consumen más kilos de carne bovina per cápita, la brecha entre áreas se fue reduciendo.
- ▶ Si se analiza lo ocurrido en el período 2005/2010, se observa un importante incremento en los estratos de menores ingresos y un incremento moderado en los de mayores ingresos.
- ▶ La brecha entre el área de mayor y la de menor poder adquisitivo en el año 2005 era de 12.8 Kgs/hab/Año, en el año 2010 se redujo a 9.8 Kgs/Hab/Año.

MONTEVIDEO

Evolución de los porcentajes de participación por canales de venta

		DESTINO ABASTO					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
Carne Bovina	Carnicería	52,5 %	49,4 %	49,0 %	48,9 %	48,4 %	48,2 %
	Supermercado	47,5 %	50,6 %	51,0 %	51,1 %	51,6 %	51,8 %
Carne Ovina	Carnicería	64,3 %	61,6 %	60,7 %	60,2 %	59,7 %	59,2 %
	Supermercado	35,7 %	38,4 %	39,3 %	39,8 %	40,3 %	40,8 %
Carne Suina	Carnicería	31,5 %	25,5 %	29,5 %	32,8 %	34,9 %	33,6 %
	Supermercado	68,5 %	74,5 %	70,5 %	67,2 %	65,1 %	66,4 %
Carne Aviar	Carnicería	47,2 %	50,0 %	50,1 %	49,1 %	50,5 %	51,6 %
	Supermercado	52,8 %	50,0 %	49,9 %	50,9 %	49,5 %	48,4 %
TOTALES	Carnicería	51,4 %	49,5 %	49,3 %	48,9 %	48,9 %	48,9 %
	Supermercado	48,6 %	50,5 %	50,7 %	51,1 %	51,1 %	51,1 %

Fuente: Elaborado en base a datos de las Declaraciones Juradas de mercaderías ingresadas a los locales de carnicerías habilitados por INAC en Montevideo.



- ▶ En el acumulado de todas las carnes en el año 2005, el 51,4% se comercializó en las carnicerías tradicionales y el 48,6% en los supermercados.
- ▶ En el año 2010 el 48,9% se comercializó en las carnicerías tradicionales y el 51,1% en los supermercados, porcentajes idénticos a los alcanzados en los dos años anteriores.



Cambios cualitativos en la canasta de consumo de carne bovina en Montevideo

Contraste 2005 - 2010

Año 2005

- 1) Paleta c/ hueso
- 2) Asado
- 3) Carne Picada
- 4) Aguja c/ hueso
- 5) Nalga s/ hueso
- 6) Bola de lomo
- 7) Cuadrada
- 8) Falda
- 9) Cuadril c/ hueso
- 10) Vacío

Año 2010

- 1) Carne Picada
- 2) Nalga s/ hueso
- 3) Aguja c/ hueso
- 4) Asado
- 5) Bola de Lomo
- 6) Paleta c/ hueso
- 7) Cuadrada
- 8) Cuadril c/ hueso
- 9) Falda
- 10) Costillas

- ▶ Del estudio comparativo de las canastas de preferencia de consumo de cortes 2005-2010 en Montevideo surge la evidencia de un aumento de demanda por parte del consumidor hacia cortes con mayor rendimiento, y por tanto, de mayor valor.