

Expectativas de consumo y sustitución entre productos cárnicos

Autor:

Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti

Jefe Departamento de Promoción Interna IPCVA

a.bifaretti@ipcva.com.ar

El consumo de productos cárnicos en el país presenta una clara orientación a la carne vacuna, que tiene una elevada participación en la mesa de los argentinos, independientemente del nivel socioeconómico o segmento de mercado que se analice. Esta “*transversalidad*” de la carne vacuna en los diferentes estratos sociales se manifiesta con un consumo similar en la cantidad de kilos consumidos y si bien en perspectiva aparecen dietas más diversificadas respecto al consumo de otras carnes en las clases sociales más acomodadas (media alta y alta) la participación de carne vacuna con relación a las otras carnes sustitutas presenta también un patrón bastante parecido.

Así, la carne bovina (ternera, vaquillona, novillo, etc.) tiene una participación del 77 % del total de actos de compra de carnes que se consumen dentro del hogar y las carnes sustitutas suman el 23 % restante. Dentro de estas últimas el pollo ocupa un 17 %, el pescado un 3%, el cerdo un 2 % y otras carnes alternativas el 1 %. Así lo demuestra un panel de consumo que viene realizando el IPCVA con la empresa CCR desde el año 2007¹ y que se basa en un relevamiento semanal de 600 muestras de hogares en Capital y el Gran Buenos Aires y otras 600 muestras de hogares en el interior del país (Salta, Resistencia, Tucumán, Mendoza, Córdoba, Mar del Plata y Bahía Blanca).

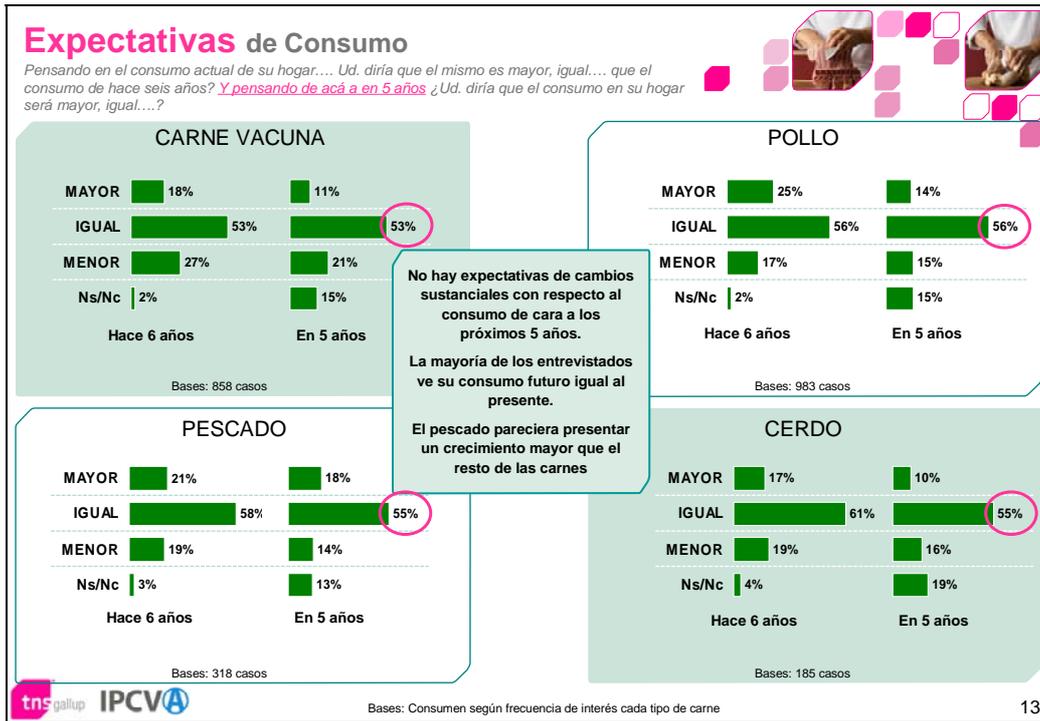
Otro estudio de mercado que llevó adelante el Instituto con la empresa TNS-Gallup indagó sobre las tendencias y expectativas de estos aspectos estructurales. Así el “Mapa de consumo de carne vacuna, pollo, cerdo y otras carnes sustitutas” demostró que -al menos desde la percepción del consumidor- no hubo cambios sustanciales en la conformación de la demanda y no los habrá tampoco en el futuro.

Tal como puede apreciarse en el Gráfico 1, al preguntársele a la gente cómo era el consumo de carne en la actualidad respecto al consumo de 5 años atrás y cómo pensaba que podía llegar a ser dentro de unos 5 años, la mayoría respondió que el consumo seguía siendo igual respecto a la comparación con el pasado y seguiría en los mismos niveles haciendo un ejercicio de visión hacia adelante. Esto se da tanto para la carne vacuna como para el resto de las carnes sustitutas. Dentro de estas últimas, el estudio mencionado demuestra que el pescado aparecería con buenas posibilidades de crecer en caso de superarse algunas barreras y limitantes existentes en la actualidad.

Más allá del grado de diversificación existente en la dieta del “*Homo Argentinensis carnivorus*”, la caracterización del consumo señala que el desconocimiento generalizado de la población de todos los cortes cárnicos que salen de una media res hace que la gente se vuelque por hábito y costumbre a aquellos cortes a los que ya está acostumbrado. Este desconocimiento de las posibilidades culinarias que ofrecen las carnes, se da también en el caso del cerdo y el pescado donde se advierte una concentración en la adquisición de unos pocos cortes de la media res porcina o variedades de pescado (Gráfico 2). Esta conformación del mercado es distinta en el caso de la carne aviar donde empezaría a plasmarse una creciente fragmentación de la demanda mediante la compra de una mayor diversidad y equilibrio en el consumo de partes o piezas del pollo, presentaciones e inclusive formas de preparación del producto.

¹ “Panel de consumo: Composición de la canasta cárnica argentina” IPCVA- CCR 2007-2008.

Gráfico 1



Fuente: IPCVA / TNS-Gallup 2008.

Gráfico 2



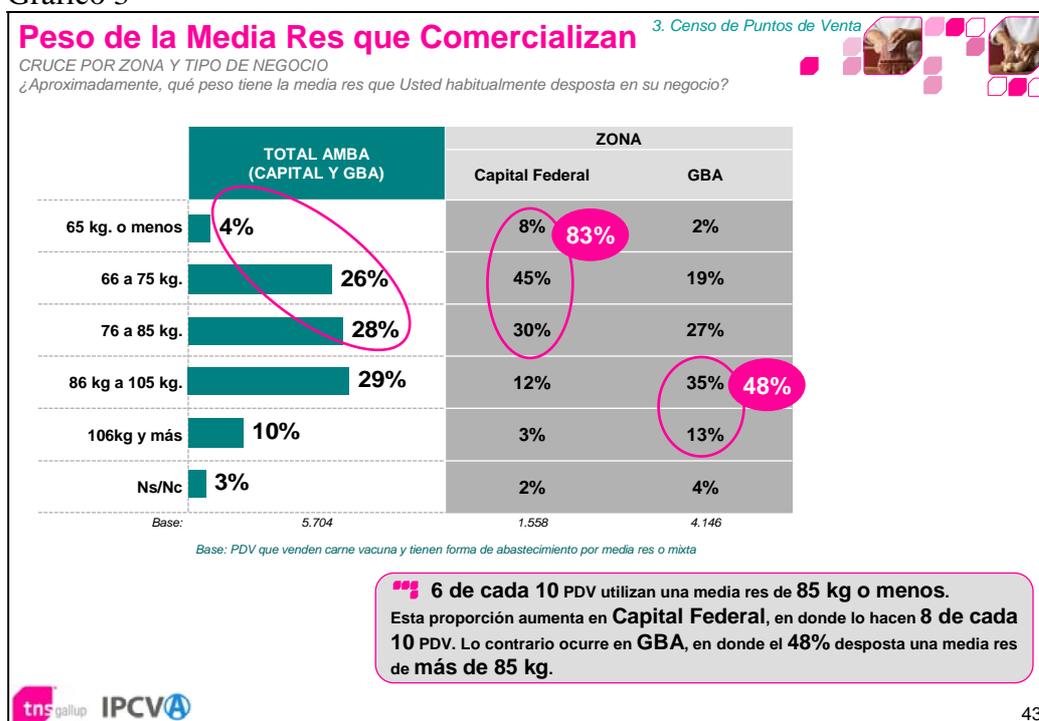
Fuente: IPCVA/TNS-Gallup 2008.

“A propósito, los resultados de la realización de focus groups en la instancia cualitativa del estudio de mercado en cuestión permiten aseverar algunas particularidades del pollo: la pata y muslo, preferidos mayoritariamente por los chicos, se valoran por resultar tiernos y jugosos y son además ideales para la plancha y el horno. La pechuga es preferida por los hombres por su textura carnosa y sabor natural. En el caso de las mujeres es valorada por su menor contenido graso y se lo tiene como uno de los componentes principales de las dietas hipocalóricas. Posibilita una diversidad de usos entre los que se destacan las preparaciones a la cacerola, rellenos y ensaladas. Las alitas son también muy buscadas por los chicos y el pollo entero es sin duda una de las mejores opciones para hacer a la parrilla los fines de semana”.

Volviendo al análisis de la carne vacuna, el “Censo de puntos de venta en Capital Federal y el Gran Buenos Aires” que acaba de realizar el IPCVA demuestra que la mayor parte del consumo de carne en Capital Federal se encuentra asociado a medias reses de bajo peso. Esta característica es importante también en el conurbano, sin embargo, en esta última zona cobra mayor importancia la venta de medias reses de categorías de animales más pesados.

Tal como se observa en el Gráfico 3, seis de cada diez puntos de venta utilizan en general una media res de 85 Kg o menos y esta proporción aumenta en Capital Federal en donde son ocho de cada diez puntos de venta los que comercializan carne de medias reses chicas. Si se compara esta situación con lo que sucede en el Gran Buenos Aires, en este caso, la comercialización de medias reses de más de 85 kg se incrementa sensiblemente llegando casi al 50 % de la carne comercializada.

Gráfico 3



Fuente: IPCVA/TNS-Gallup Año 2008.

Indudablemente que este patrón de consumo tiene mucho que ver con un concepto fuertemente arraigado en nuestra sociedad y es que la gente asimila el atributo ternera casi exclusivamente con la carne de ternera. El ama de casa no tiene muy en claro el tipo de carne que compra y no tiene conocimiento por ejemplo que la carne proveniente de una vaquillona de 350 Kg puede ser tan tierna y mucho más sabrosa que aquella proveniente de una media res más liviana. En consecuencia, excepto la ternera, el resto de los animales vacunos comercializados en los puntos de venta minorista, deben validar día a día su calidad ya no desde su asociación a una determinada categoría de hacienda de origen sino por la confianza que sea capaz de acreditar y mantener en el tiempo cada uno de los diferentes puntos de venta.

Esta demanda y mayor valoración de la carne de animales chicos tiene su correlato desde el lado de la producción y oferta de hacienda, ya que la creciente intensificación de los sistemas ganaderos para poder competir en rentabilidad con la agricultura lleva a una aceleración de los tiempos de engorde y a una menor carga de carne en los vientres que finalmente van a faena.

Tal como sostiene el productor Juan Louge de Azul, provincia de Buenos Aires en una nota publicada por Gabriel Quáizel en la Revista Supercampo de agosto de 2008² “ *Hoy un ternero de 340 kilos se paga 4,20 \$ el kg, mientras que el novillito de más de 400 kg vale 3,70 \$ el kg. Entonces, es de gusto llevar el animal a más kilos, teniendo en cuenta que para hacer un kilo de carne de un novillito de 300 kg se precisan 9 kg de materia seca y para hacerlo con un novillo de 400 kg se precisan 12 kg, es decir un 25 % más de pasto*”.

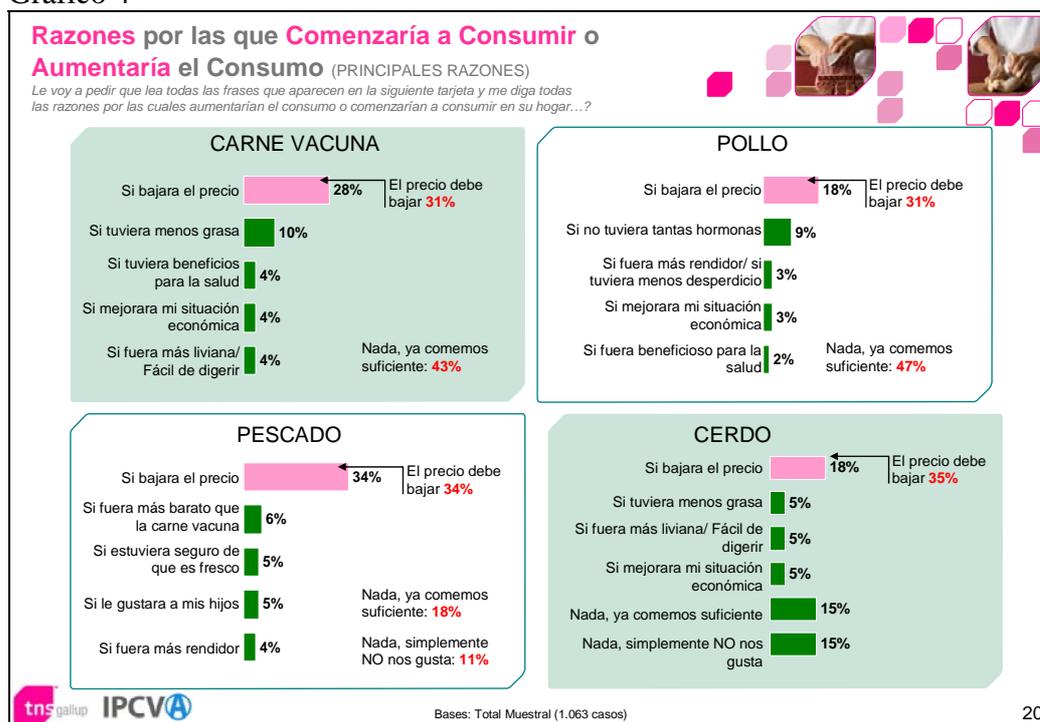
Mientras a nivel minorista siga existiendo un escaso diferencial de precios entre la carne de diferentes categorías de animales, el público seguirá con su actual patrón de consumo y no se modificarán las señales transmitidas hacia los restantes eslabones de la cadena. En consecuencia, no habrá mayores estímulos para invertir e incrementar la producción de carne por animal, con todo lo que ello significa particularmente en momentos donde se plantean desequilibrios entre la oferta y demanda –interna y externa- de carne vacuna.

Por otro lado, el mercado cárnico se caracteriza también por la poca diferencia existente entre el precio de la carne vacuna y el precio de sus carnes sustitutas. A raíz de ello, si bien la gente considera a la carne vacuna como cara o muy cara, esta percepción sobre los precios es similar en el resto de las carnes. En consecuencia y luego de un razonamiento similar al realizado precedentemente, el “efecto sustitución” entre las mismas sólo se produce cuando el precio de la carne vacuna se distancia considerablemente del precio de las otras carnes.

La percepción del consumidor respecto a los precios es determinante para el posicionamiento de las diferentes carnes y define en última instancia la participación de las mismas en la canasta de alimentos cárnicos de nuestro país. A propósito, en una de las investigaciones realizadas por el Instituto se le pidió a la gente que describa aquellas razones por las que comenzaría a consumir o aumentaría el consumo de los diferentes tipos de carnes (Gráfico 4).

² “Para convivir con la agricultura”. Revista Supercampo Año XIV N° 167. Agosto de 2008.

Gráfico 4



Fuente: IPCVA/ TNS-Gallup 2008.

Los resultados obtenidos demuestran que el precio es un factor de extrema relevancia para modificar los actuales patrones de consumo de todas las carnes, surgiendo además la relevancia atribuida a la necesidad de mejorar la situación económica general como elemento clave para incrementar el consumo generalizado en todas las categorías. Sin embargo, cuando se analiza la situación particular de cada una de las alternativas, se advierte que existen otras cuestiones específicas que actúan como barreras o limitantes al consumo, que de ser atendidas podrían producir un cambio en la imagen de los diferentes productos. En este sentido, dejando de lado el precio como variable de análisis, el pollo debe enfrentarse a la percepción de que se asemeja a un producto demasiado industrial, poco natural y que posee cada vez más hormonas. La carne vacuna y el cerdo deben hacer frente a la problemática de su contenido graso y dificultades para su digestión y en el caso del pescado pesa mucho su escaso rendimiento y su falta de adaptación al paladar de toda la familia.

Reflexiones finales

Es indudable que la búsqueda de un proyecto de desarrollo ganadero, algo tan pedido por estos días, debe encararse hoy con un enfoque desde el mercado, para lo cual es necesario conocer su lógica y principios de funcionamiento. En este marco y a modo de síntesis se resaltan los principales aspectos planteados en los párrafos precedentes:

Los patrones de consumo de carnes presentan una relativa estabilidad estructural, ya que no han variado mucho en los últimos años y no hay expectativas de que ello suceda en el futuro inmediato.

Hábitos, tradición y costumbres muy arraigadas en nuestra cultura inciden en los gustos y preferencias de la gente y los precios relativos son determinantes por su incidencia en la conducta de compra y el grado de participación de las diferentes carnes en el mercado global.

Más allá del precio, aparecen otras propiedades y atributos de las diferentes carnes que la gente percibe y tiene en cuenta cuando define el mapa de posicionamiento que contiene a sus diferentes carnes alternativas.

La opinión del consumidor y la imagen que tiene de la carne vacuna y las sustitutas es consecuencia del desconocimiento o manejo de escasa información durante el proceso de toma de decisiones de compra y consumo.

En este marco, los estudios de mercado del IPCVA generan información clave para poder planificar aquellas estrategias de marketing que permitan educar al ama de casa y orientar la demanda para beneficio de todo el sector.