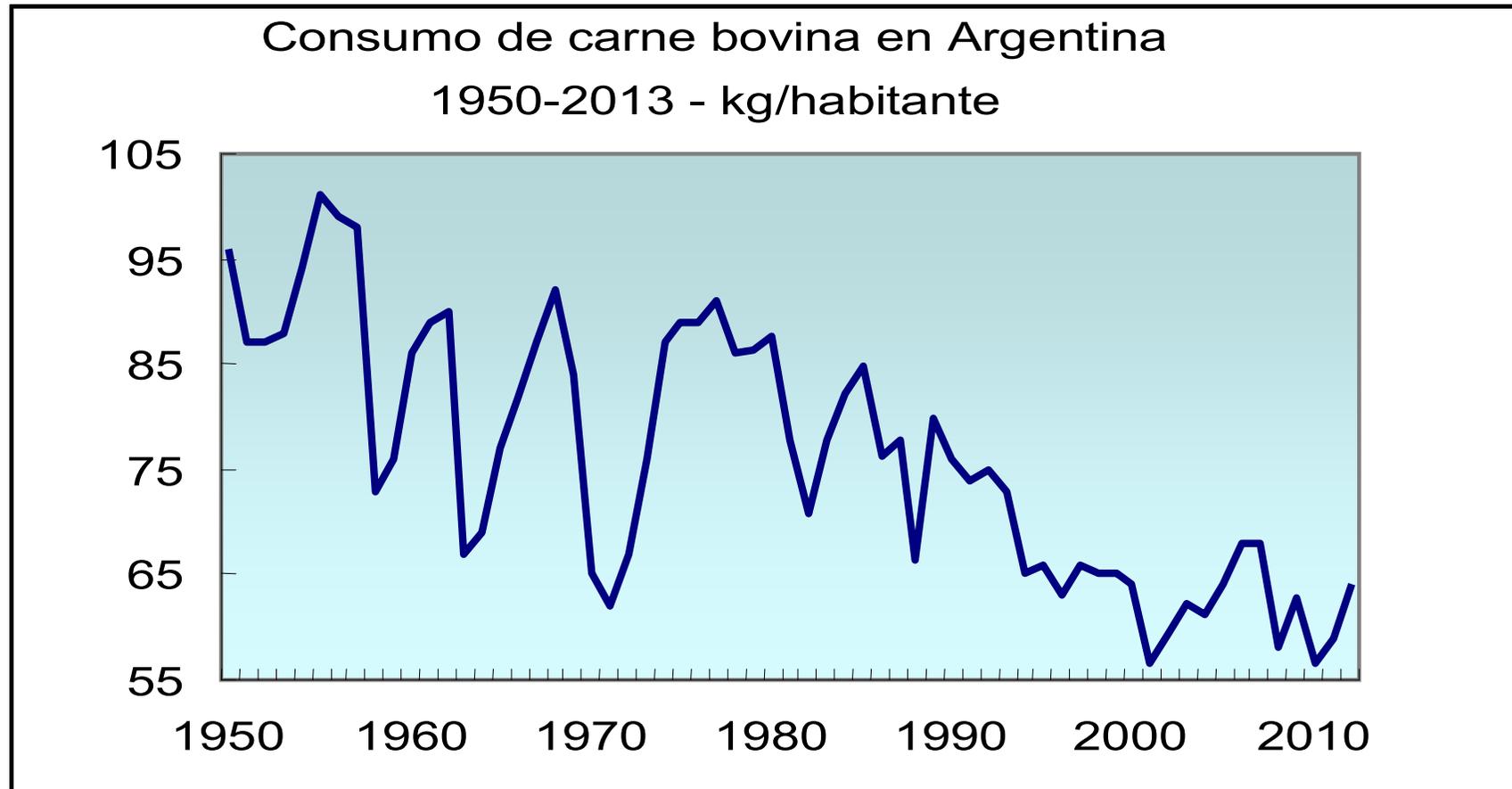


Comportamiento del consumidor y las posibilidades de agregar valor en el mercado interno

Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti
Jefe Departamento Promoción Interna
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
21 de abril de 2016.

Fanáticos... pero no tanto.



Si la carne vacuna aumenta un 10 %, la demanda cae:

2,5 % entre 1950 y 1970

3,8 % entre 1991 hasta 2012

Fuente: El Consumo de carnes en Argentina entre 1950 y 2012. Reca y Lema, AAEA 2014.

El consumo de carne vacuna no es un acto instintivo...



El trabajo sobre investigación del mercado del IPCVA

2005

Mapa del consumo. Estudios cuali-cuantitativos.

2006

Estudios de opinión pública

2007

Estudios cualitativos con compradores en puntos de venta

2008

Censo de Puntos de venta en Capital Federal y GBA.

2009-2010

Pre test publicitarios para el lanzamiento de campañas.

Panel de Consumo

2011-2014

Monitor de consumo

2012-2013

Focus Groups con madres, chicos y adolescentes.

Entrevistas etnográficas a carniceros y profesionales de la salud.

Encuestas de opinión pública

2014

Test del concepto “Novillito especial”

2006 -2016

Relevamiento de precios en puntos minoristas en Capital Federal y GBA

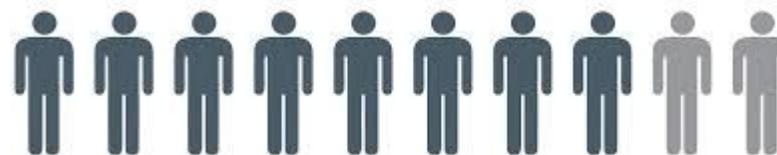
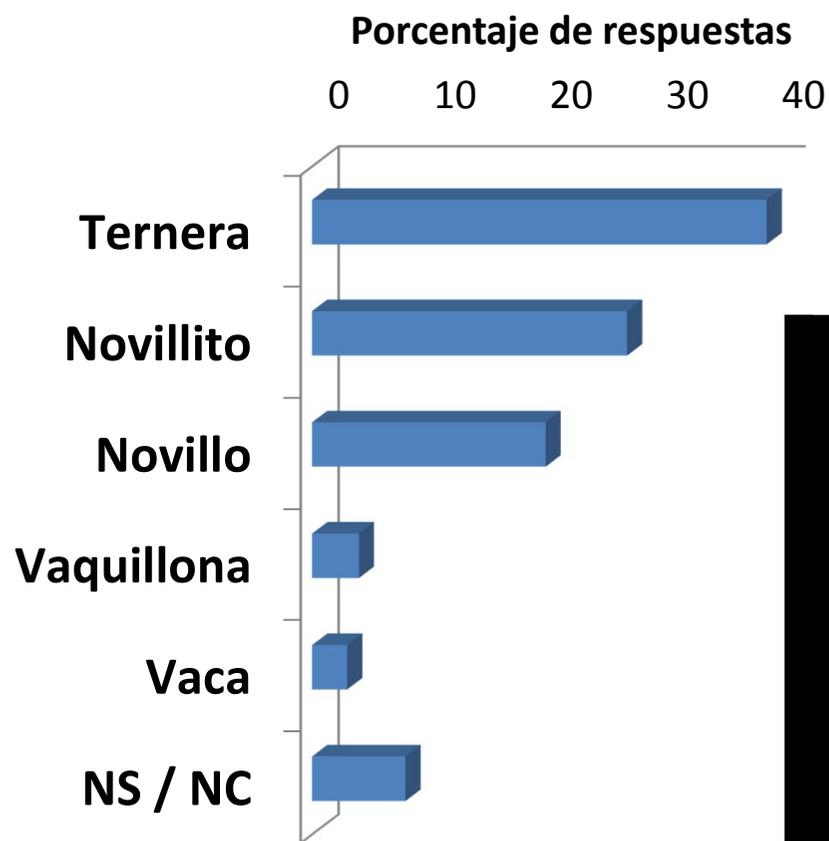


El mercado interno funciona en base a prejuicios y mucho desconocimiento...



Fuente: proyecto cartele.com

En su opinión, de los siguientes tipos de carne, ¿Cuál es el de mejor calidad?



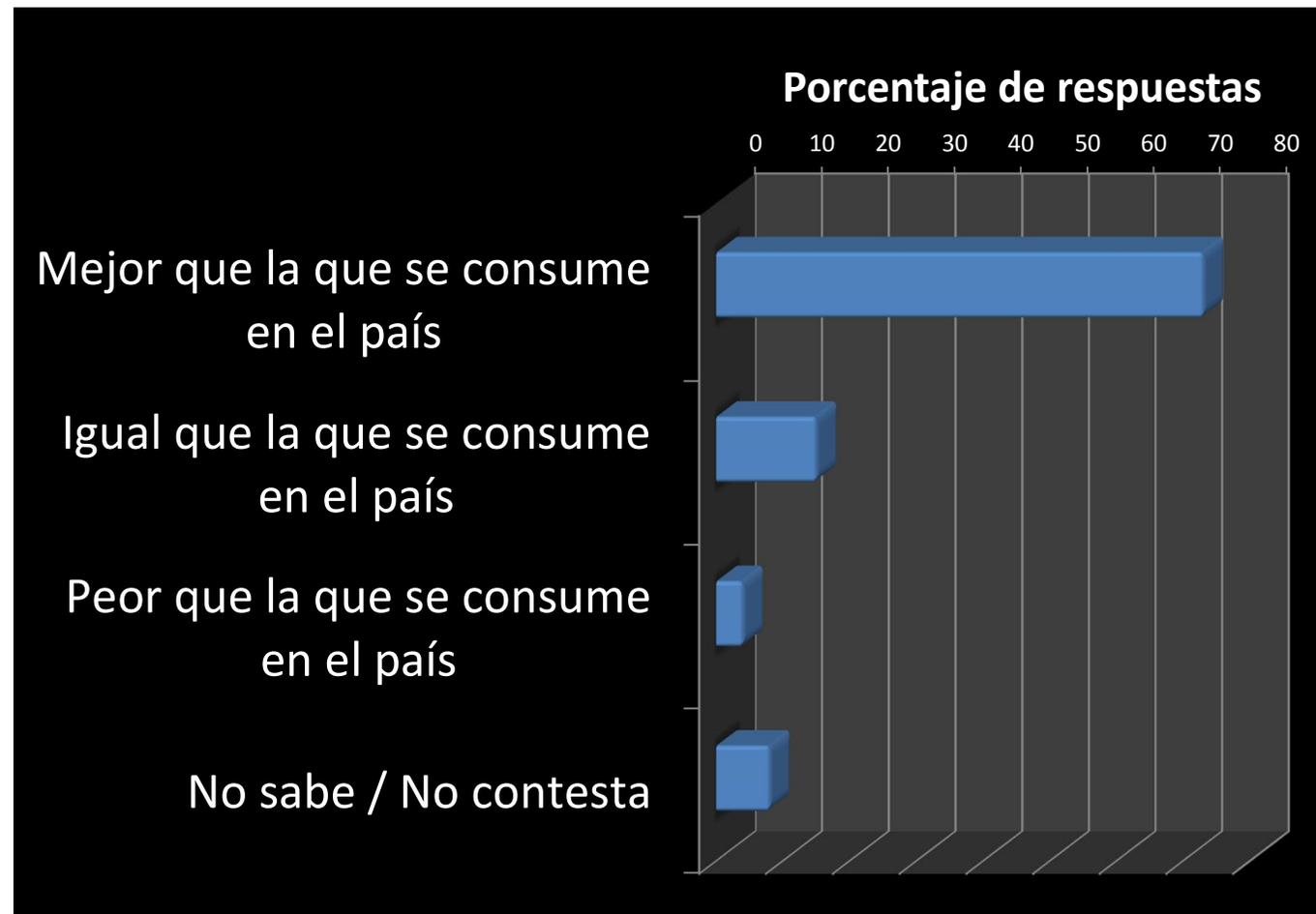
No distinguen ¿Feedlot vs Pasto?

Madres
41 - 55 Años

Fuente: IPCVA, 2013

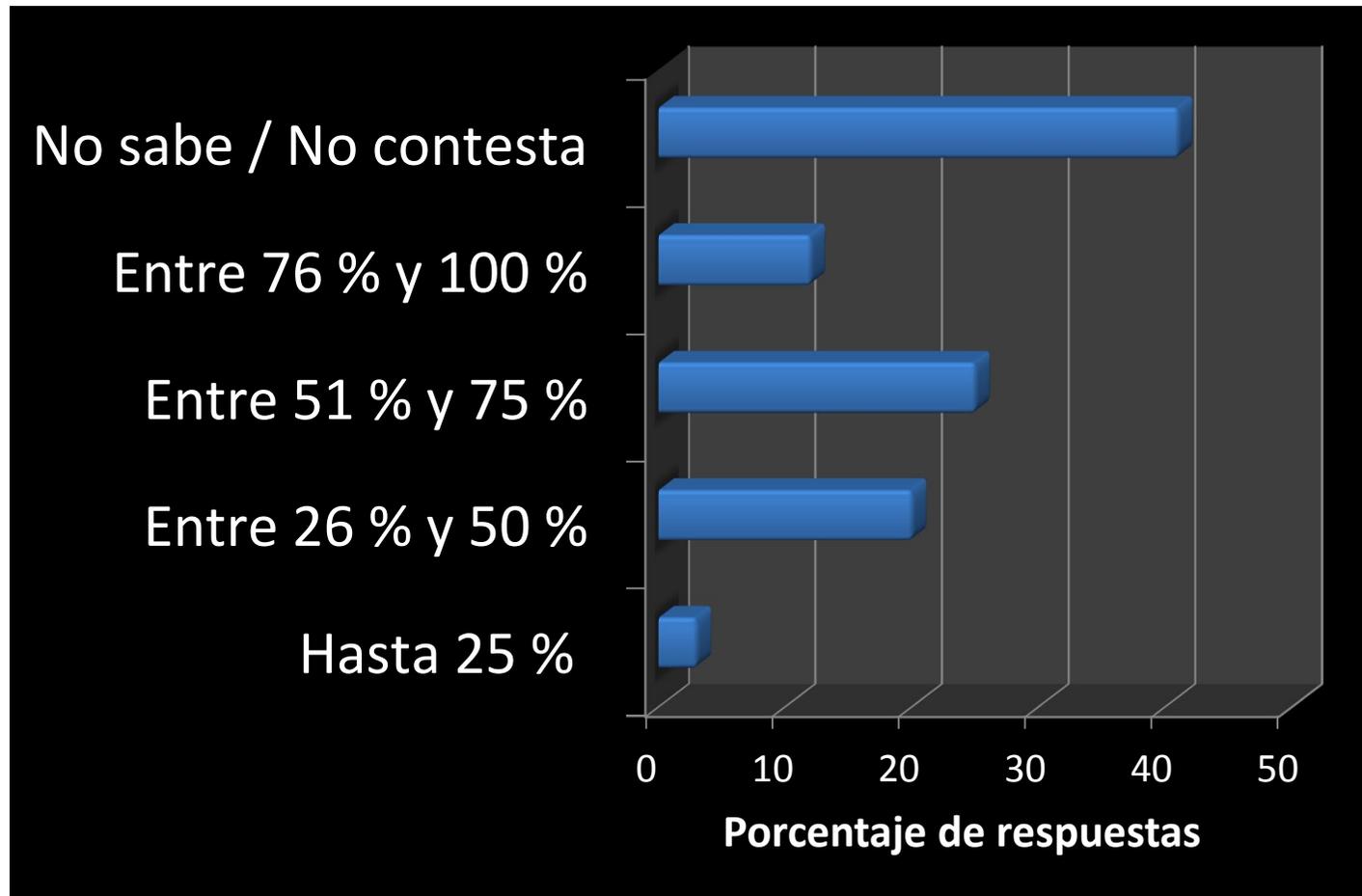
El Consumidor piensa que la carne que exporta Argentina es mejor que la que comemos en el mercado interno.

Por lo que Ud. sabe o imagina, la calidad de la carne vacuna que se exporta es...



Fuente: IPCVA, 2006.

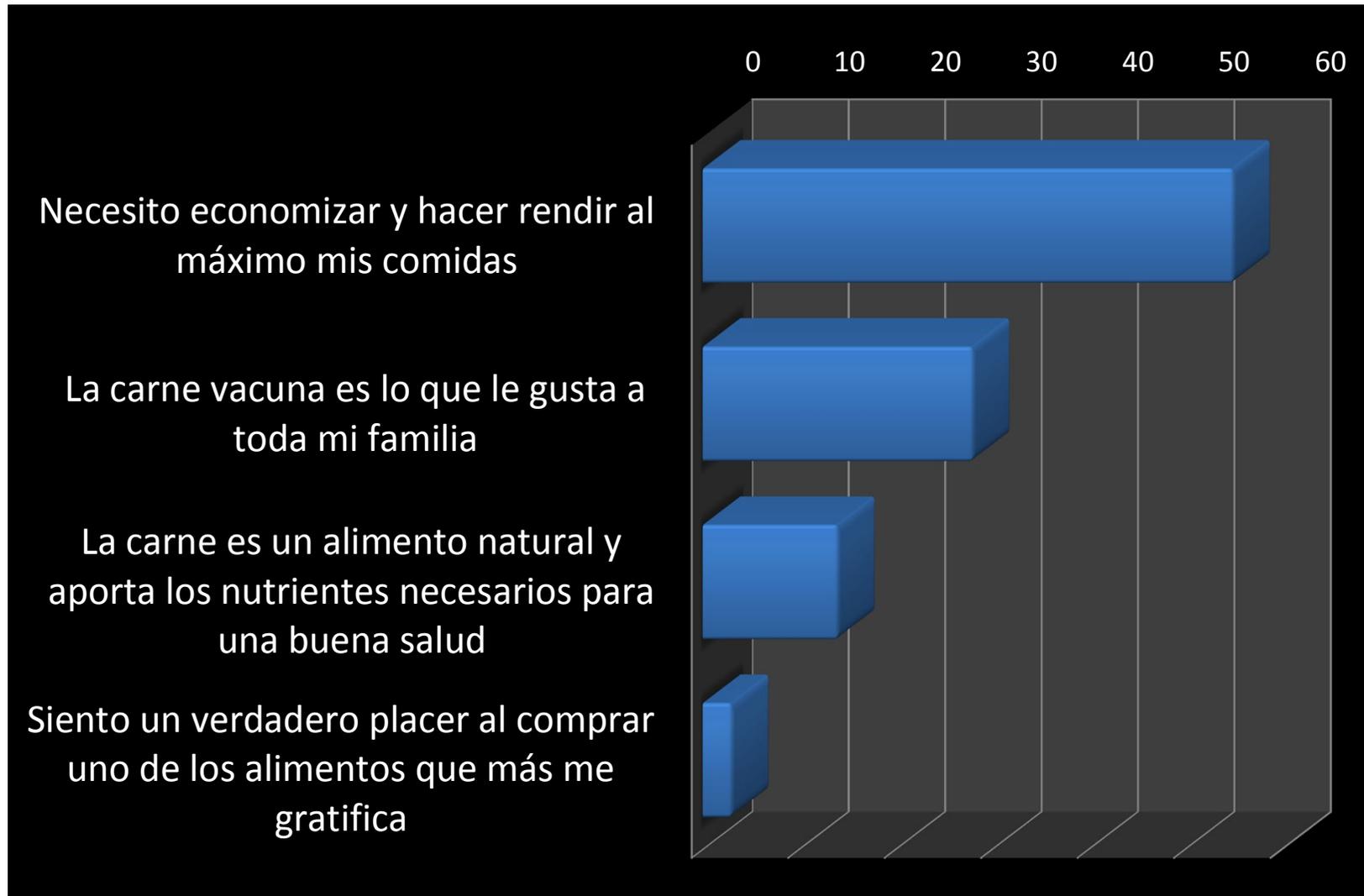
*Por lo que Ud. sabe o imagina,
¿qué porcentaje de la carne que producimos se exporta?*



Fuente: IPCVA, 2006.



Principales consideraciones a la hora de comprar carne vacuna



Base: Total muestral (532).

Fuente: IPCVA, Monitor de consumo, 2011.

La relación de los argentinos con el precio de la carne



8 de cada 10 personas piensan que la carne vacuna es cara o demasiado cara.

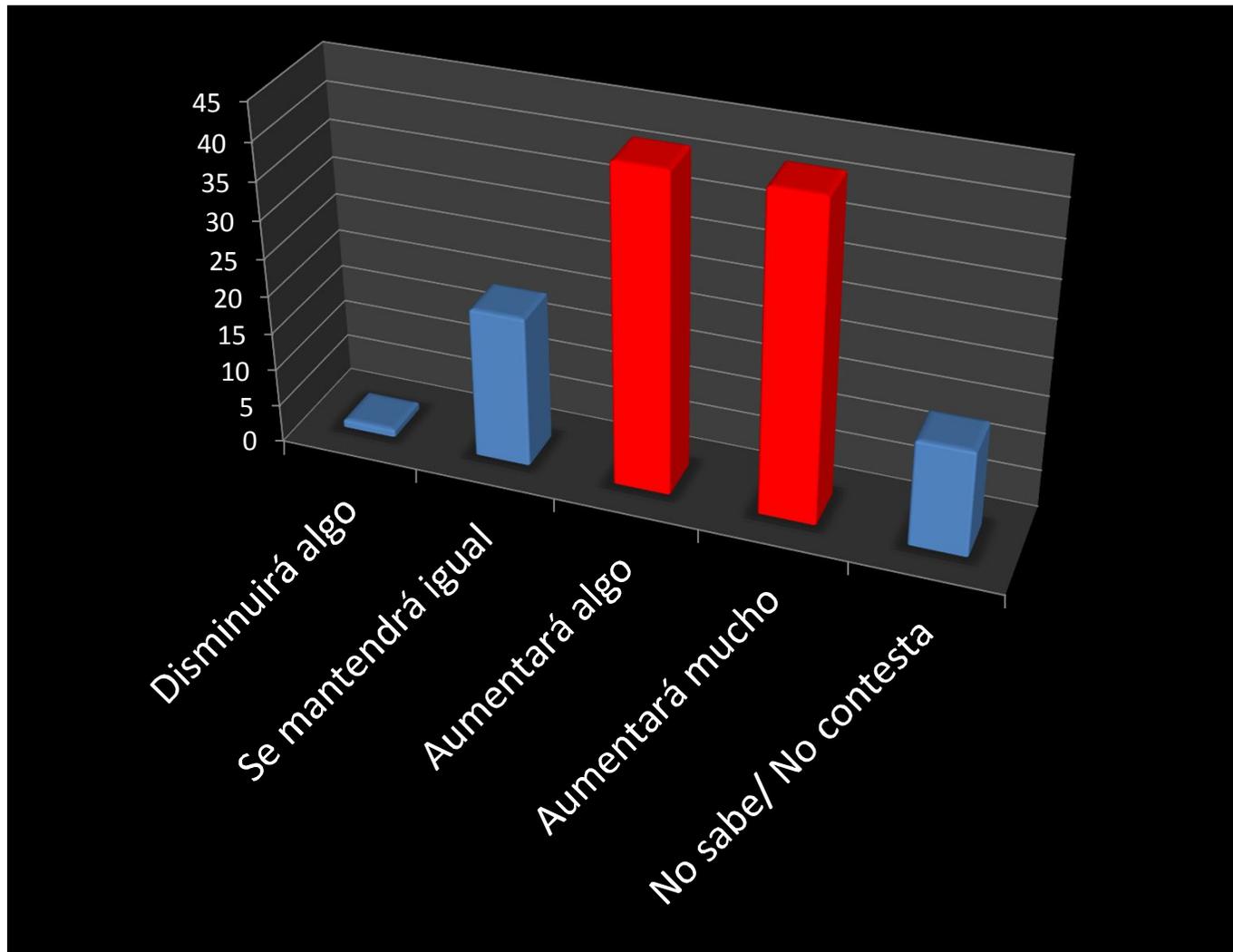
¿Porqué cree la gente que aumenta la carne vacuna?



Bases: Total Muestral (547 casos)

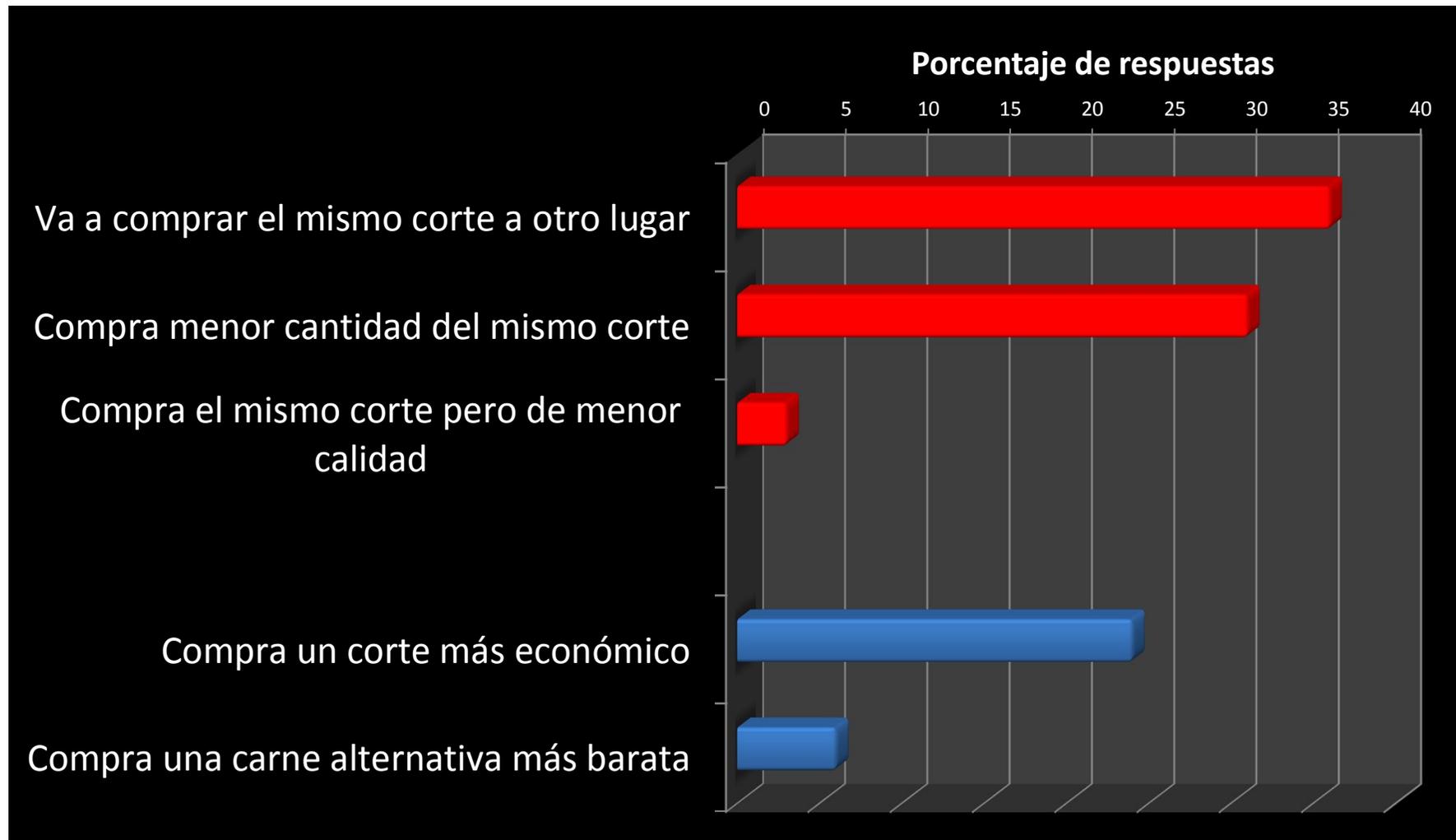
Fuente: IPCVA-2011/2012

¿Cómo cree que se moverá el precio de la carne vacuna en los próximos 30 días?



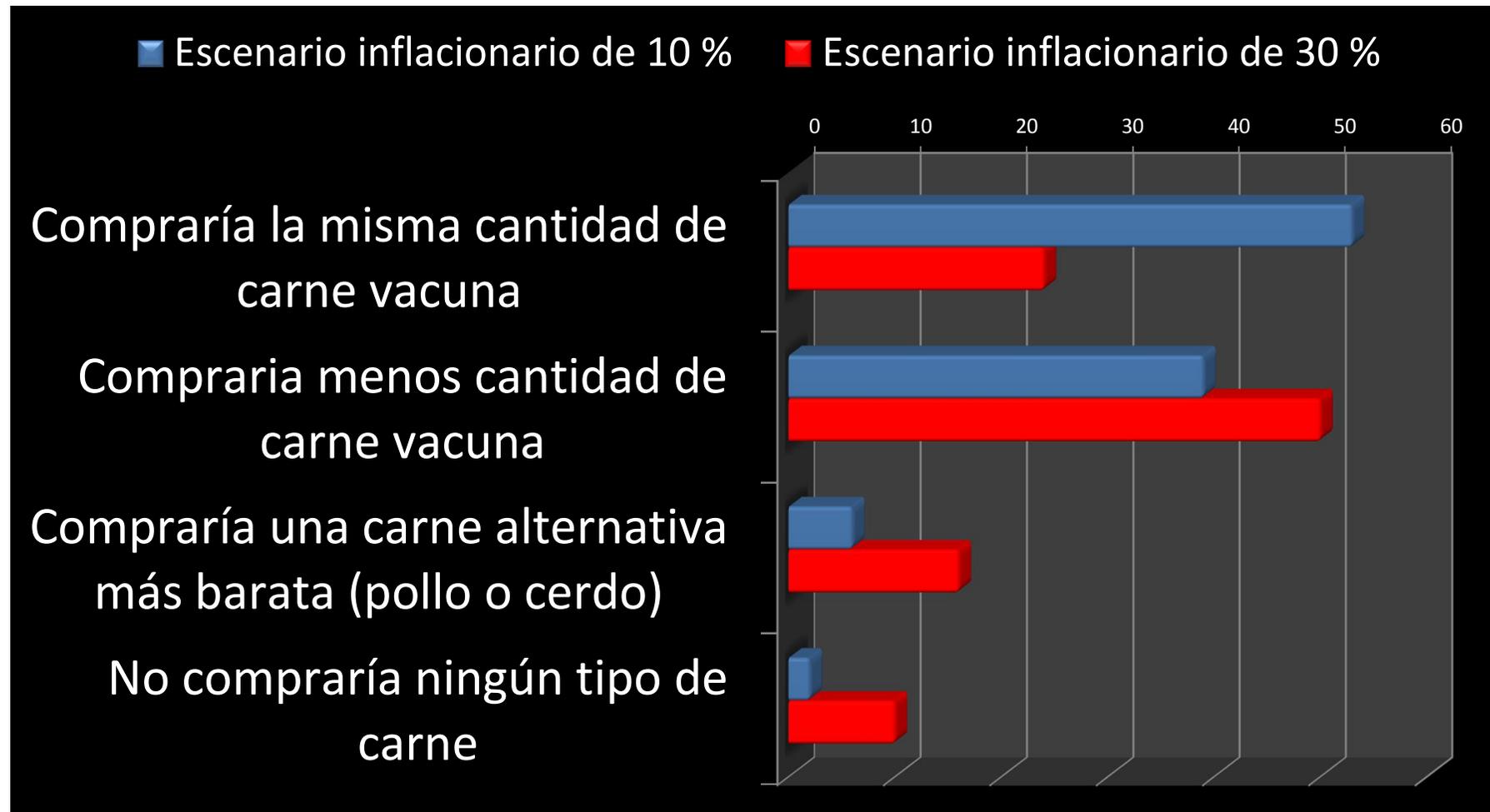
Fuente: IPCVA mayo 2012

¿Qué hace ante un aumento de precio del corte cárnico que busca?



Fuente: IPCVA, Canasta Cárnica de consumo, 2008

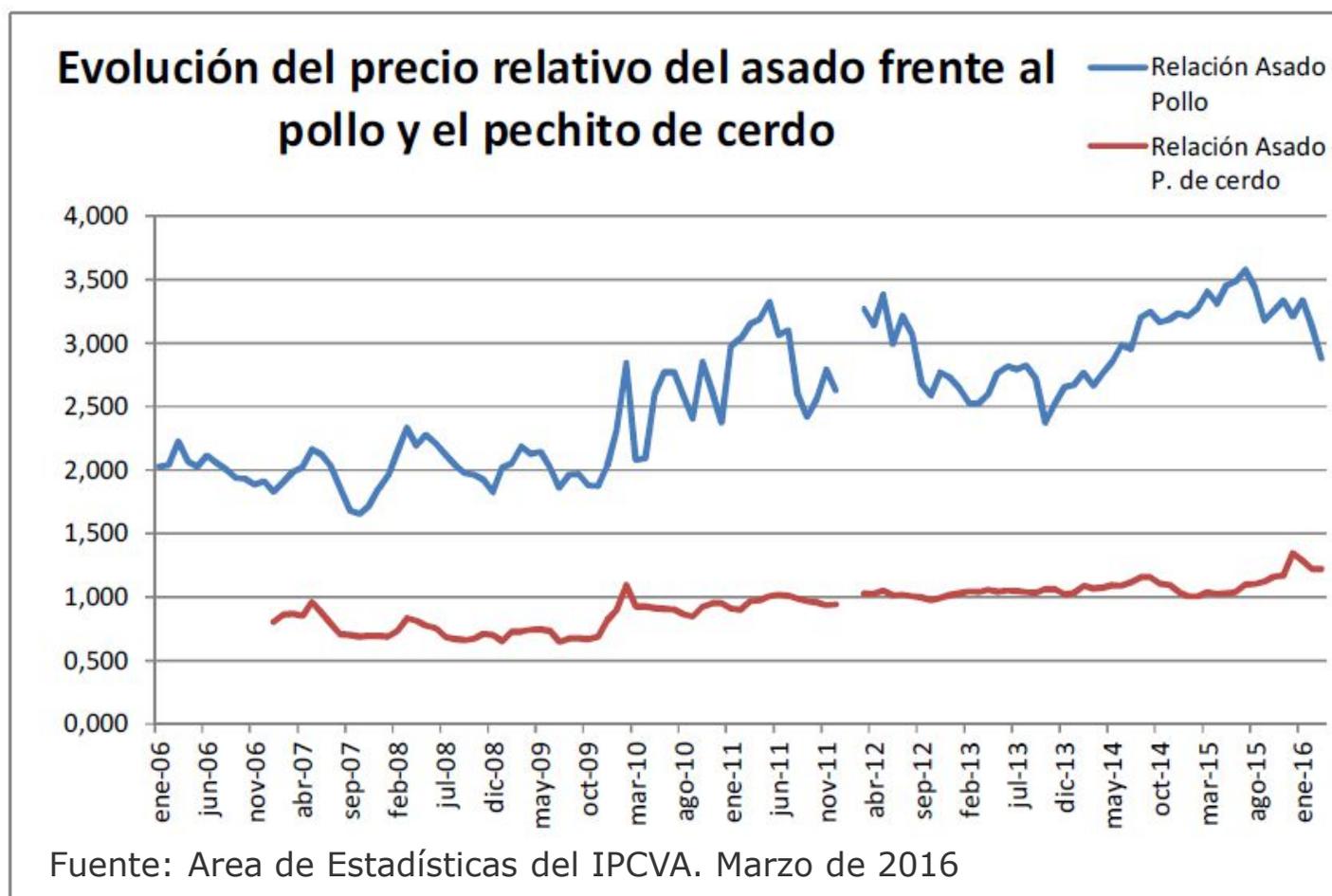
¿ Cómo cambiaría su hábito de compra ante distintos escenarios inflacionarios?



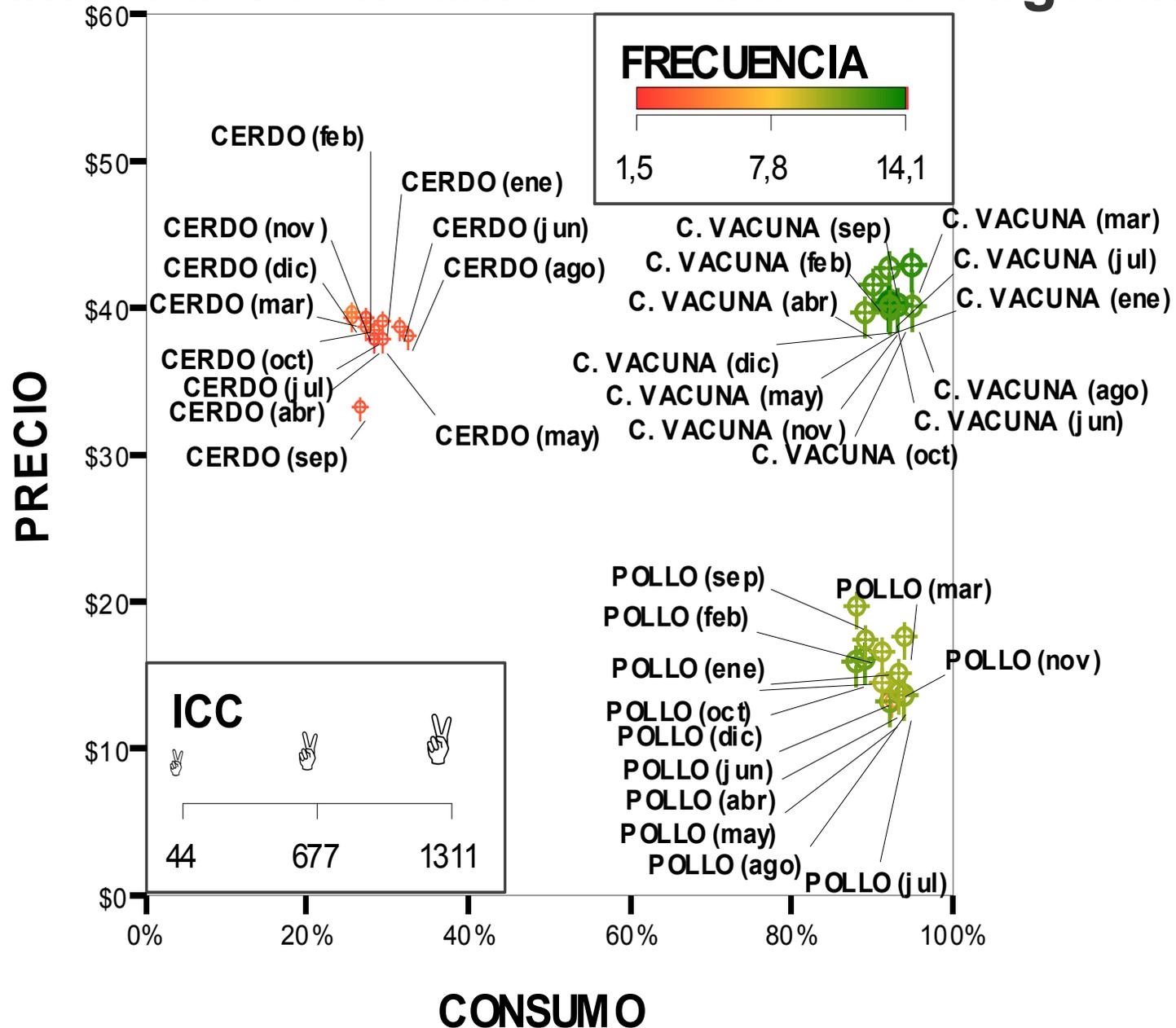
Fuente: IPCVA, 2012.

¿ Cuantos kg de pollo o cerdo puedo comprar con 1 kg de asado? (mes de análisis: marzo)

Relación	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var. anual
Asado/Pollo	3,15	3,27	2,53	2,67	3,41	2,88	-15,4%
Asado/Cerdo	0,97	1,03	1,04	1,07	1,04	1,22	+17,2%



La dinámica del consumo de carnes en Argentina



Fuente: IPCVA. Estudio Pricing (Precio Auditado) & Monitoreo de Consumo. 2012 / 2013

Margen de ganancia minorista sobre el costo de compra de media res (feb 2016 y tendencia)

98,3 kg – (merma balanza + grasa + huesos)= 76,03 kg

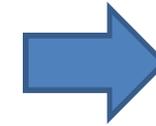
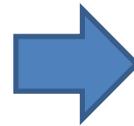
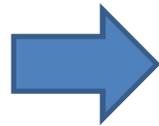
Paga \$ 54,52 / kg de media res

Vende en promedio a \$ 95,35 el kg

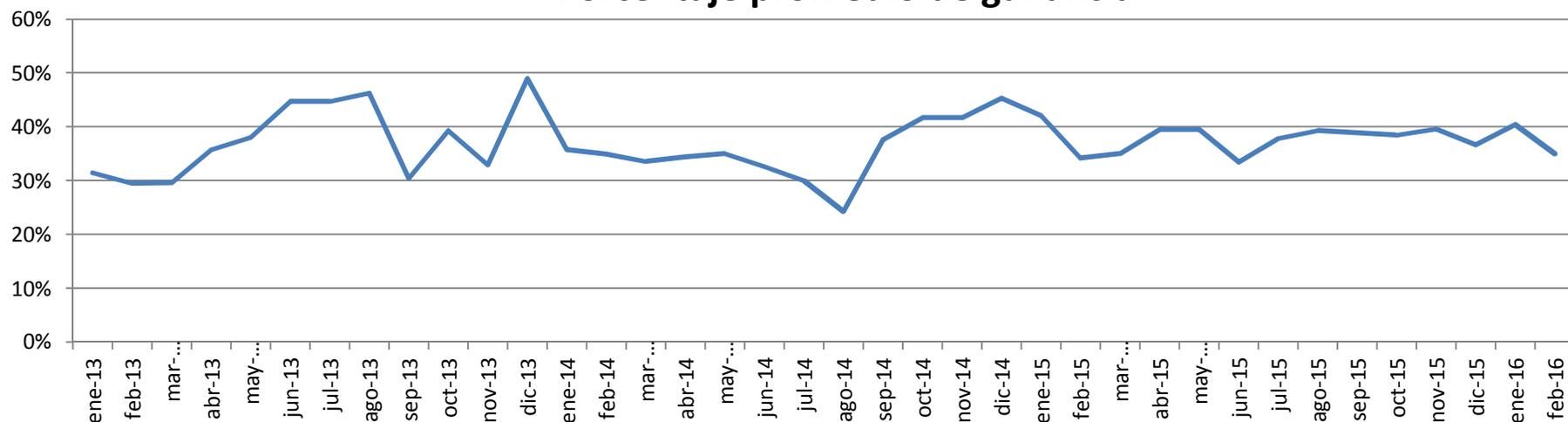
Compra media res a \$ 5359,65

La vende a \$ 7237,15

Ganancia por cada media res comercializada: \$ 1877,5

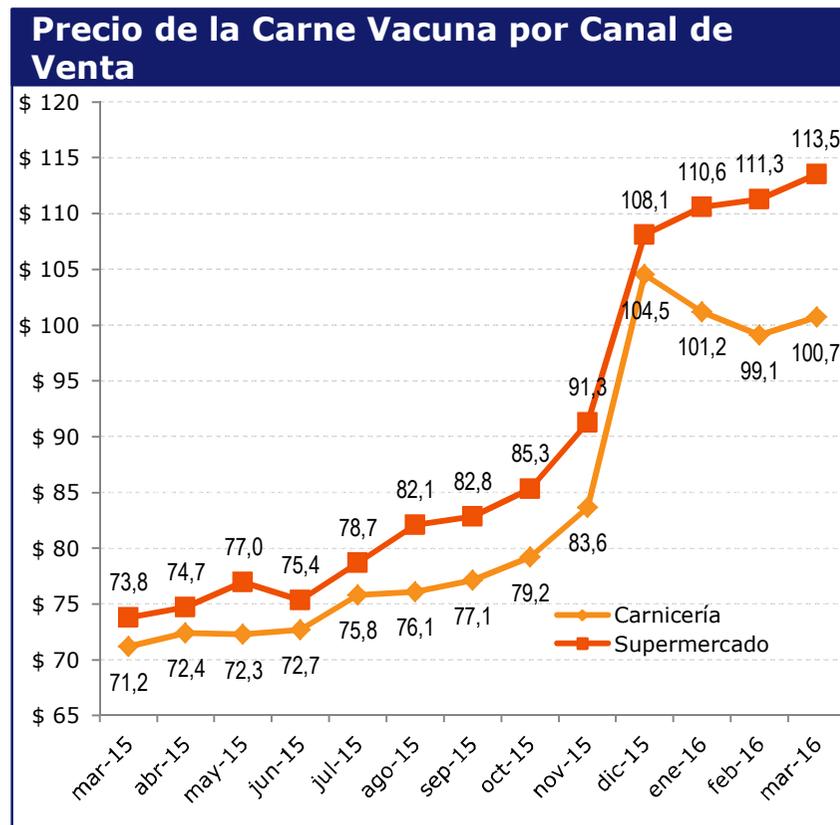


Porcentaje promedio de ganancia



Fuente: Elaboración propia (Brusca, E. y Bifaretti, A. en base a datos del IPCVA 2013-2016 y CCDH)

Si en las carnicerías existen los márgenes de ganancia mencionados,...¿Qué pasa en super y en hipermercados?



Fuente: IPCVA, Pricing 2015-2016

REGION
Empresa Periodística

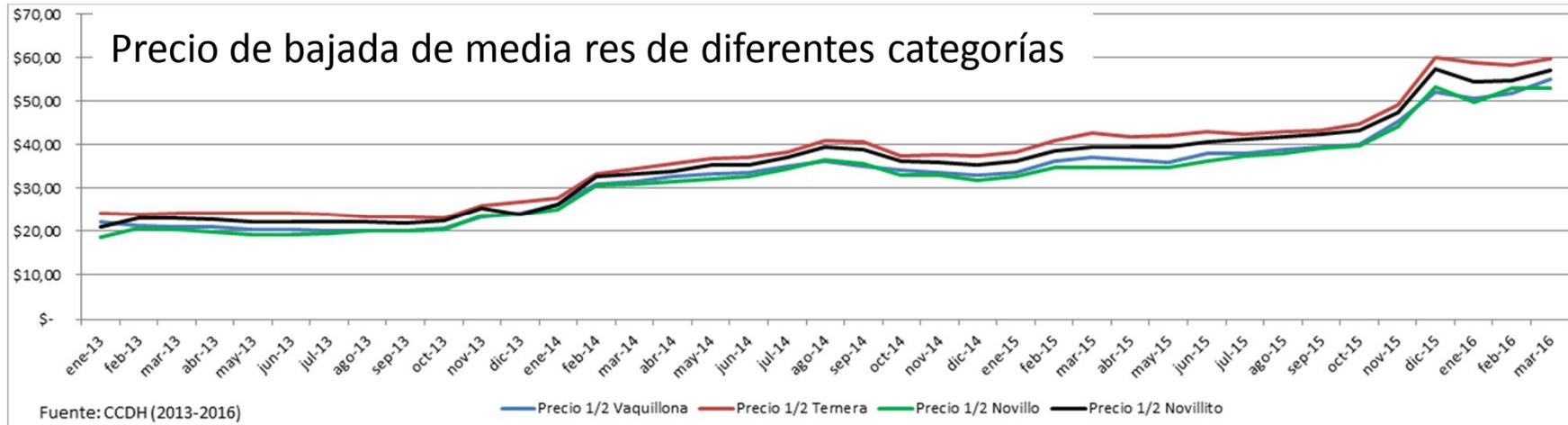
Noticias Productos Agenda Más... ▾

Semanario REGION®
Del 19 al 25 de Febrero de 2016 - Año 25 - N° 1.212 - R.N.P.I. N° 359581

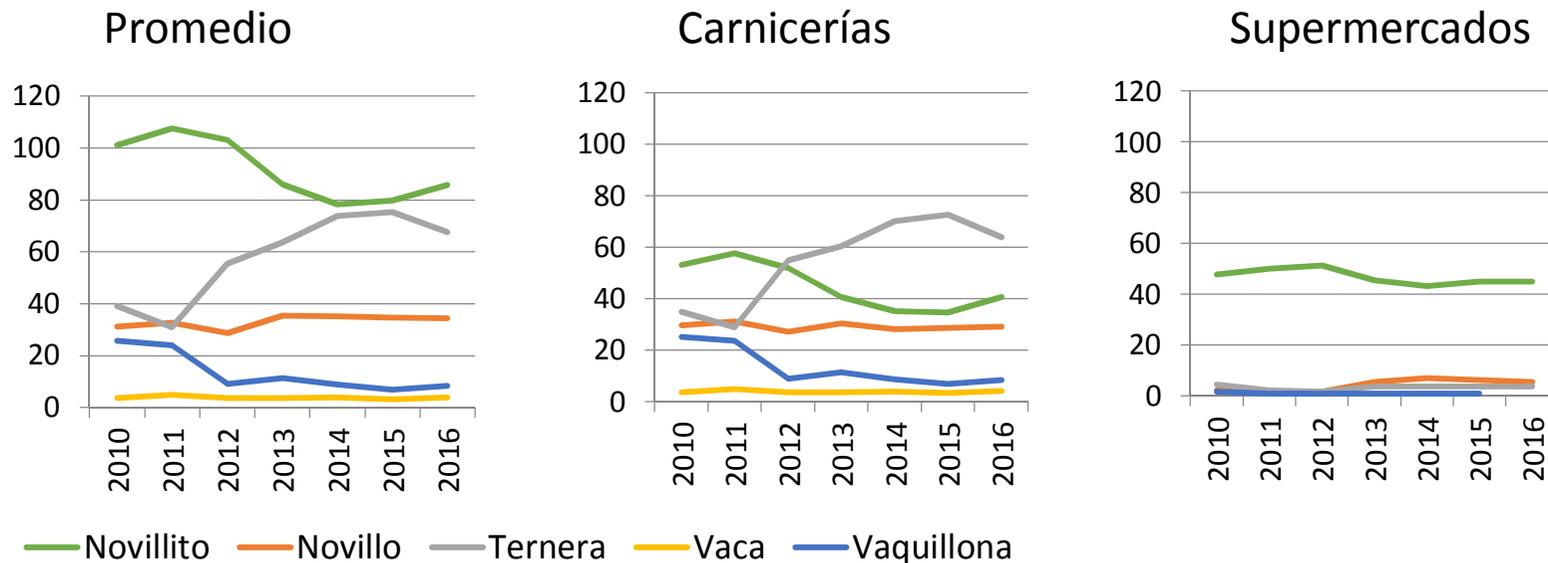
De \$27 el Kg. de novillo en pie ¿a cuánto en carnicerías?

Evidentemente hay un tema que preocupa sobremanera como lo es el precio de los productos alimenticios, y la carne lidera el ranking de los comentarios dentro de la comunidad toda. Quienes saben de producción cárnica como la gente de campo, sostienen que por un "buen pago" de unos \$ 27 el kilo de

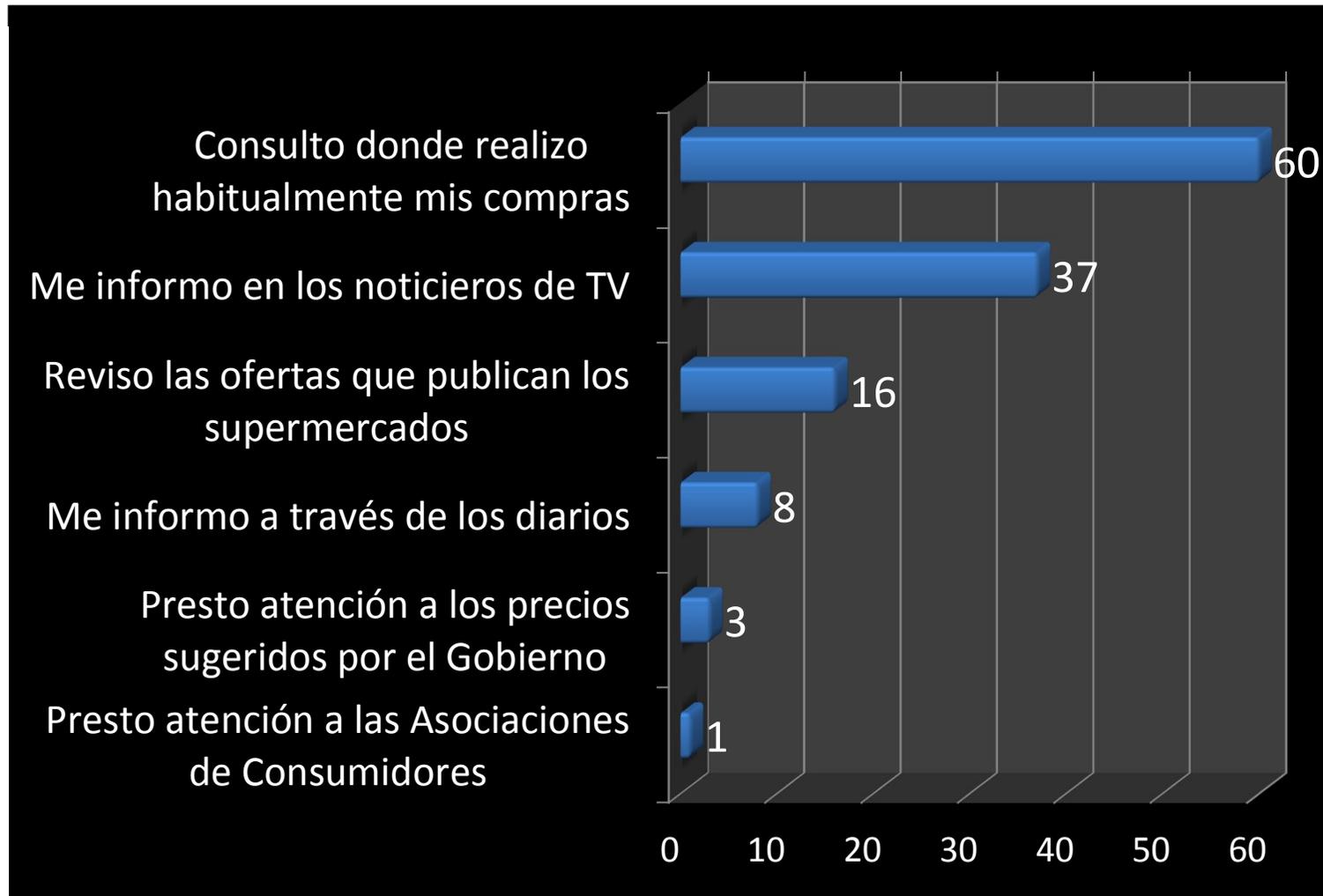
Los mayores márgenes minoristas de los super e hipermercados no están relacionados con el tipo de carne que venden .



Evolución del tipo de carne comercializada según categorías de hacienda



¿ Cómo se informa el consumidor sobre los precios de la carne?



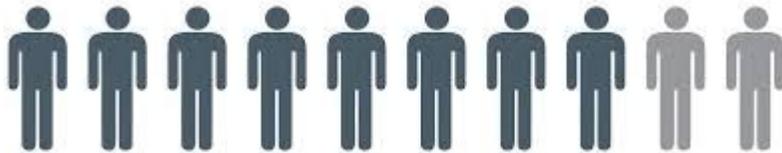
Fuente: IPCVA, Panel de Consumo, 2010.

› economía. Pese a los altos precios, el consumo habitual por familia no parece haber disminuido según los carniceros loca

El kilo de asado en Paraná cuesta entre 90 y 125 pesos

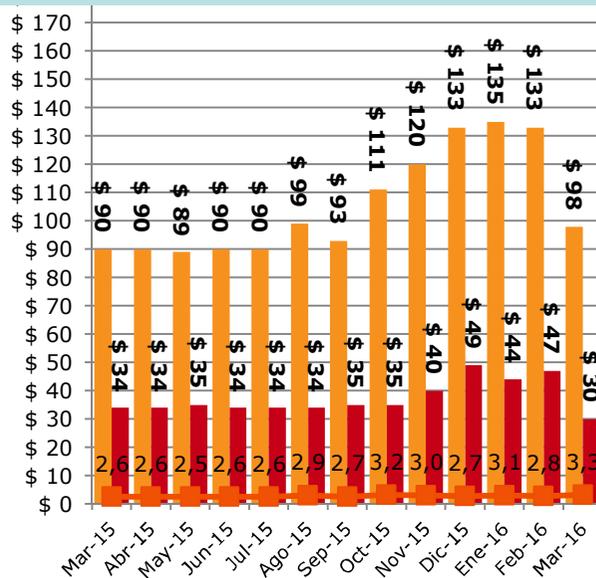


Entre carnicerías tradicionales, del centro y de los barrios, y las góndolas de hipermercados, el precio del asado varía entre los 90 y 125 pesos en la capital entrerriana. Los vendedores afirman que en algunos cortes, los precios tienen una leve baja. Sin embargo, señalan que es casi imperceptible la caída en la demanda de los consumidores.



No saben decir cuanto debería costar el kg de carne de vaquillona

Dispersión de precios de asado (Max y Min de cada mes)



ClarínX Noticias Deportes ¡ExtraShow! Estilo Servicios

Sociedad • Hoy interesa • La muerte de Nisman • La visita de Hollande • Paritarias 2016

Clarín.com • Sociedad • 05/02/16

El mapa del asado: dónde comprarlo más barato

El aumento de la carne Lo creó un periodista. Cualquiera puede subir el dato de la carnicería de su barrio y los precios.

El mapa del asado, la página para saber cuánto cuesta el kilo de asado

TAGS Asado, Aumento De La Carne, Carnicerías

41 opiná 1726 shares

La dispersión de precios asociada a calidad de carne

CORTE	PRECIO PROMEDIO	TIPO DE ANIMAL PREPONDERANTE			
		TERNERA	VAQUILLONA (*)	NOVILLITO	NOVILLO
ASADO DE TIRA	\$ 104,1	8,4%	2,1%	-0,1%	-13,5%
BIFE ANCHO	\$ 93,5	0,9%	-4,9%	6,4%	-13,6%
BIFE ANGOSTO	\$ 104,0	5,0%	-5,4%	3,7%	-14,9%
BOLA DE LOMO	\$ 107,7	6,5%	3,4%	-1,1%	-9,7%
CARNAZA COMÚN	\$ 75,0	2,2%	4,5%	-1,7%	-0,1%
COLITA DE CUADRIL	\$ 136,0	5,4%	-3,5%	3,4%	-15,0%
CUADRADA	\$ 109,8	5,9%	3,4%	-0,4%	-10,0%
CUADRIL	\$ 120,5	6,7%	-2,7%	1,1%	-14,5%
FALDA	\$ 63,5	7,4%	-5,1%	-0,4%	-9,0%
LOMO	\$ 155,3	5,1%	-1,6%	2,3%	-12,9%
MATAMBRE	\$ 122,4	0,1%	-0,7%	6,5%	-14,6%
NALGA	\$ 120,6	4,8%	2,8%	0,0%	-8,7%
OSOBUCO	\$ 51,6	6,7%	6,0%	6,7%	-28,2%
PALETA	\$ 94,9	4,6%	-1,3%	0,9%	-9,3%
PECETO	\$ 140,7	4,6%	-4,4%	4,1%	-15,8%
PICADA COMÚN	\$ 61,3	9,5%	13,1%	-2,3%	-10,7%
PICADA ESPECIAL	\$ 82,1	7,7%	-2,8%	-3,4%	-5,1%
ROAST BEEF	\$ 87,0	6,8%	-0,1%	-1,5%	-8,8%
TAPA DE ASADO	\$ 100,1	7,0%	-3,1%	-0,8%	-10,2%
TAPA DE NALGA	\$ 104,3	7,9%	1,6%	-1,6%	-11,3%
TORTUGUITA	\$ 92,0	5,0%	-3,2%	1,4%	-11,9%
VACÍO	\$ 122,5	0,8%	-1,4%	5,0%	-11,2%
TOTAL	\$ 103,4	5,4%	-0,7%	1,5%	-12,3%
Precio Media res	\$ 56,29	\$ 59,89	\$ 55,03	\$ 57,13	\$ 53,13

6,4 %

-0,7 %

1,5 %

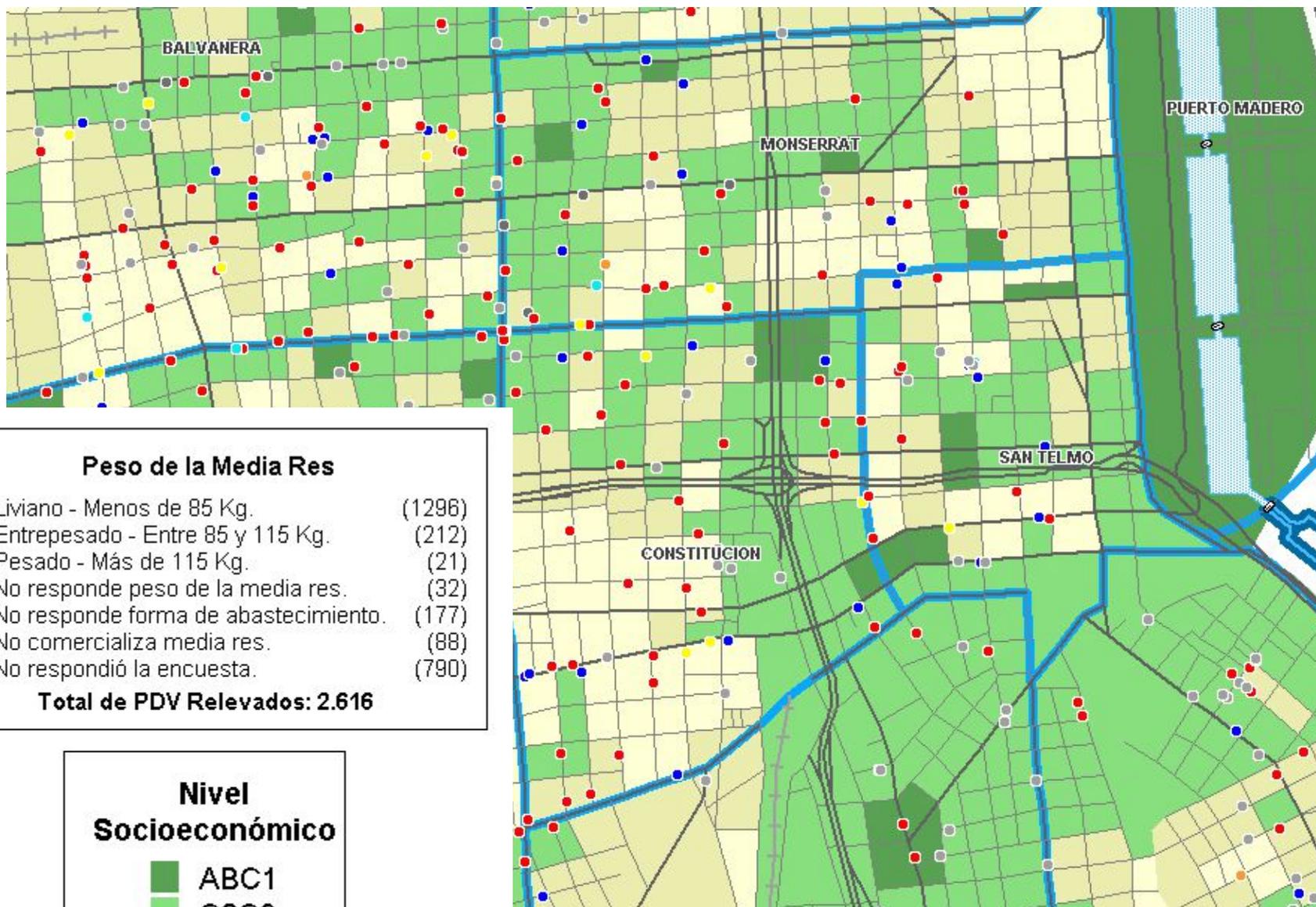
-2,1 %

Fuente: IPCVA: Marzo 2016 y CCHD 2016

La dispersión de precios asociada a la modalidad de distribución y venta

CORTE	PRECIO PROMEDIO	PDV		
		CARNICERIA	SUPER	AMPLITUD DE PRECIOS (MAX-MIN)
ASADO DE TIRA	\$ 104,1	0,3%	-1,0%	1,3%
BIFE ANCHO	\$ 93,5	-6,3%	21,1%	27,4%
BIFE ANGOSTO	\$ 104,0	-5,5%	18,7%	24,3%
BOLA DE LOMO	\$ 107,7	-1,7%	6,7%	8,4%
CARNAZA COMÚN	\$ 75,0	0,2%	-0,6%	0,8%
COLITA DE CUADRIL	\$ 136,0	-5,8%	23,5%	29,4%
CUADRADA	\$ 109,8	-2,2%	8,0%	10,2%
CUADRIL	\$ 120,5	-2,7%	8,1%	10,7%
FALDA	\$ 63,5	2,2%	-8,4%	10,6%
LOMO	\$ 155,3	-4,9%	29,3%	34,2%
MATAMBRE	\$ 122,4	-4,5%	18,3%	22,8%
NALGA	\$ 120,6	-1,6%	6,0%	7,6%
OSOBUCO	\$ 51,6	-2,9%	11,5%	14,4%
PALETA	\$ 94,9	-2,9%	9,5%	12,5%
PECETO	\$ 140,7	-5,7%	21,2%	26,9%
PICADA COMÚN	\$ 61,3	3,6%	-17,2%	20,8%
PICADA ESPECIAL	\$ 82,1	-0,7%	2,7%	3,4%
ROAST BEEF	\$ 87,0	-0,8%	2,7%	3,5%
TAPA DE ASADO	\$ 100,1	1,3%	-4,7%	6,0%
TAPA DE NALGA	\$ 104,3	1,4%	-5,7%	7,1%
TORTUGUITA	\$ 92,0	-2,8%	12,5%	15,3%
VACÍO	\$ 122,5	-5,6%	17,0%	22,6%
TOTAL	\$ 103,4	-2,6%	9,8%	12,4%

La caracterización territorial de la dispersión de precios



Peso de la Media Res

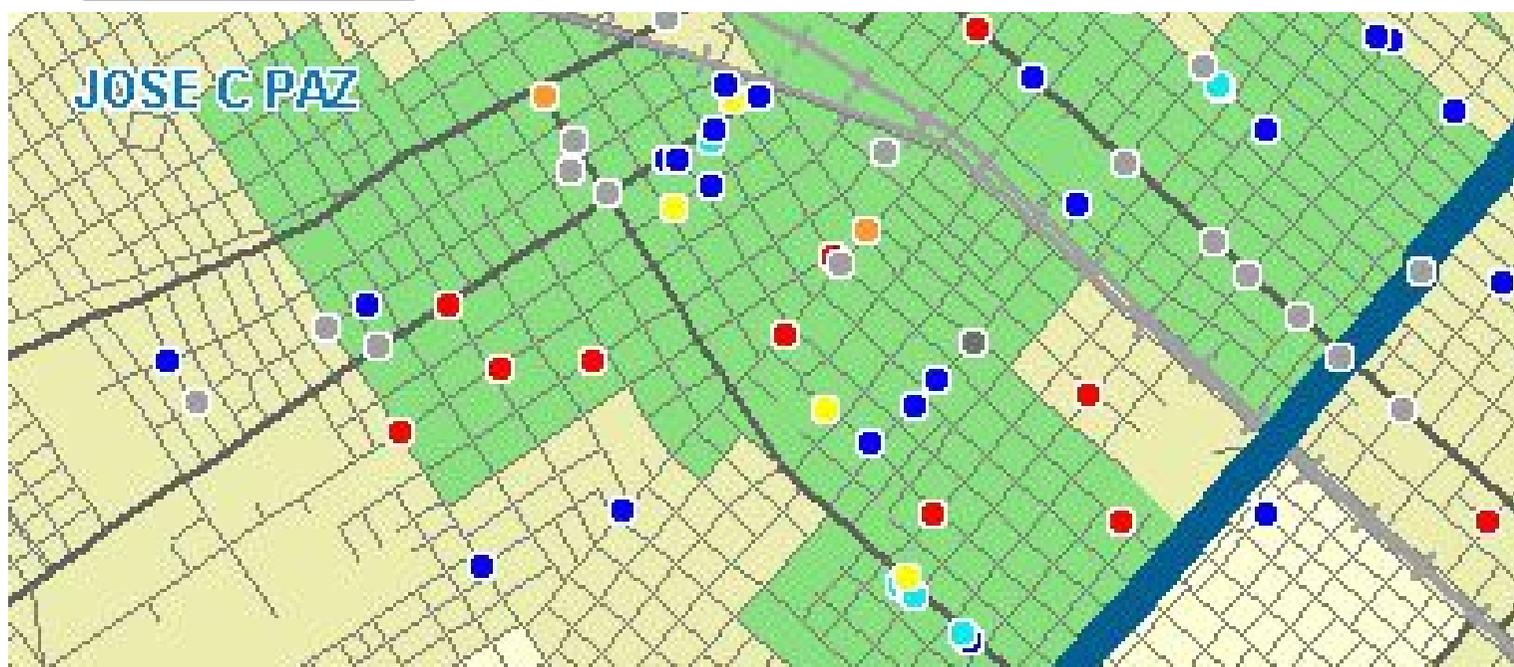
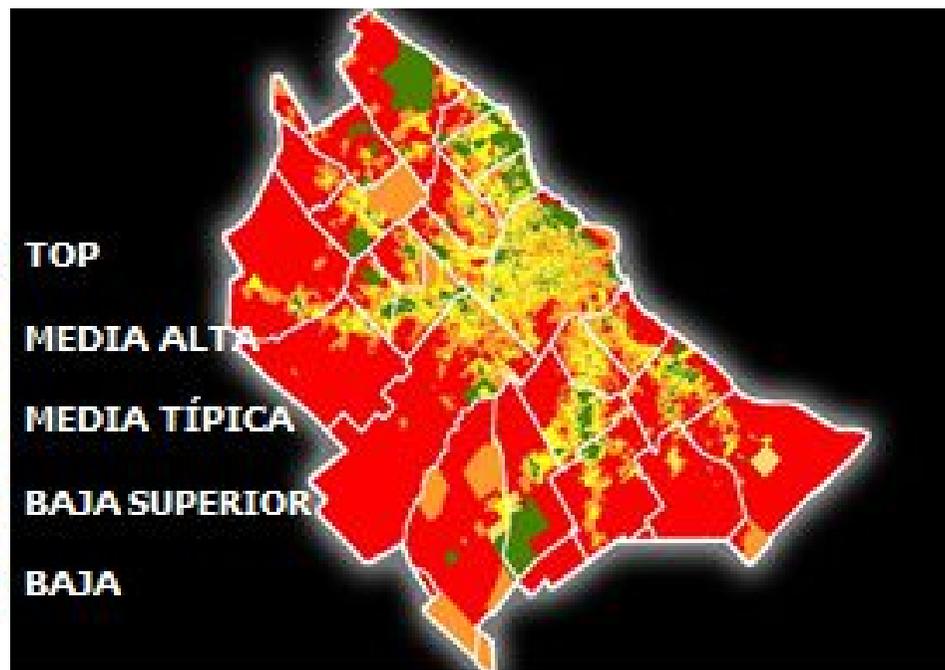
■ Liviano - Menos de 85 Kg.	(1016)
■ Entrepesado - Entre 85 y 115 Kg.	(793)
■ Pesado - Más de 115 Kg.	(146)
■ No responde peso de la media res.	(87)
■ No responde forma de abastecimiento.	(401)
■ No se abastece por media res.	(55)
■ No respondió la encuesta.	(1822)

Total de PDV Relevados: 4.320

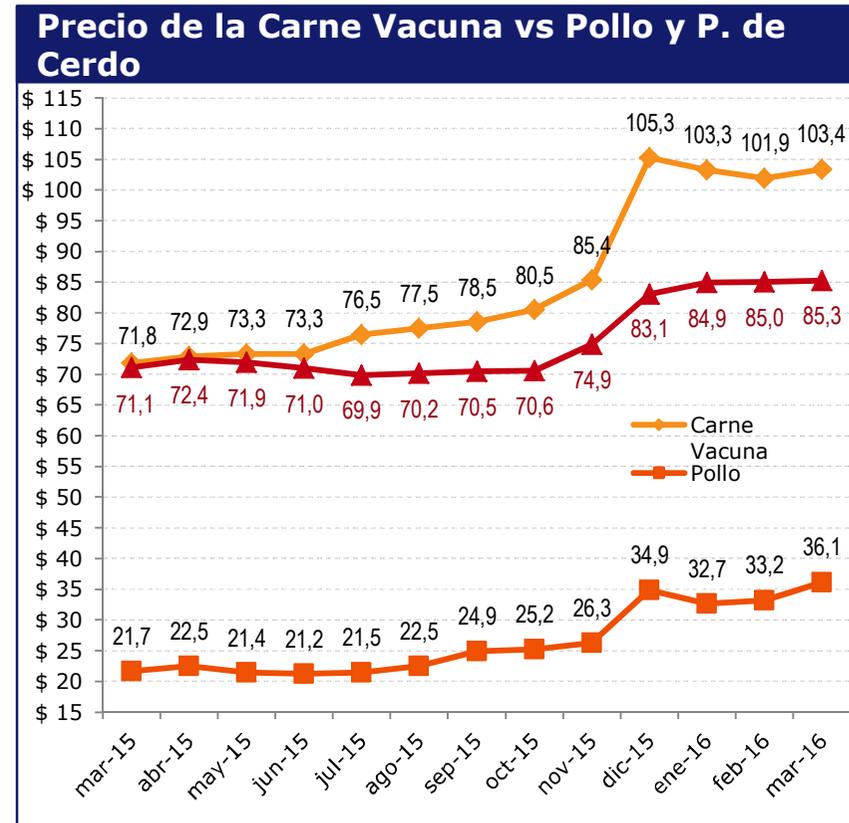
Nivel Socioeconómico

■ ABC1
■ C2C3
■ D1
■ D2E

- TOP
- MEDIA ALTA
- MEDIA TÍPICA
- BAJA SUPERIOR
- BAJA



El precio mediático y la realidad



Nota (*): Los valores son expresados en \$

Fuente: IPCVA, Pricing 2015-2016

La estructura piramidal del consumo de vinos y carne vacuna en Argentina y el valor promedio pagado por distintos segmentos socioeconómico



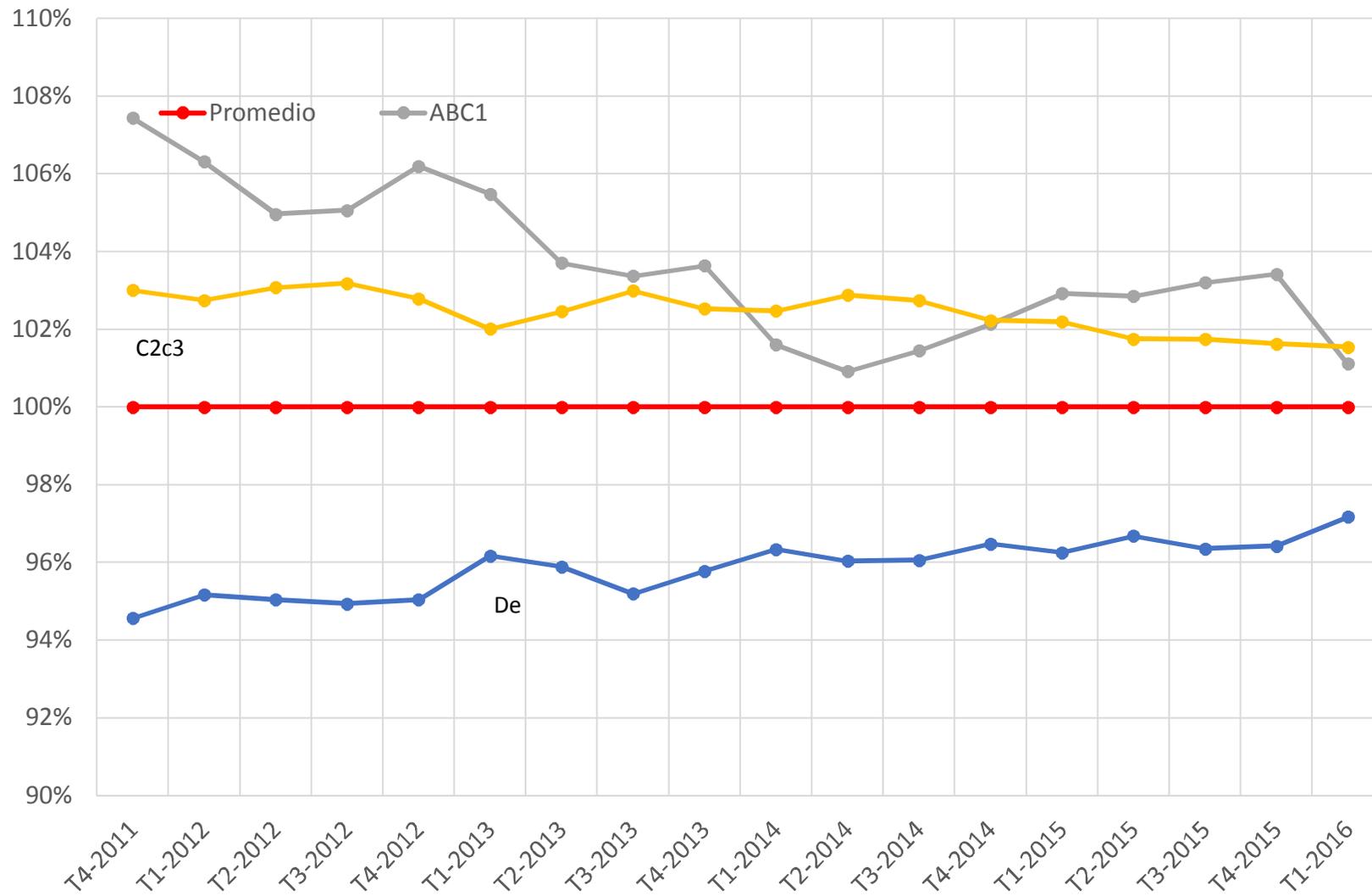
ABC1 paga un **71 %** más caro que el valor promedio de los vinos que se consumen.

ABC1 paga un **4,2 %** más caro que el valor promedio de la carne que se consume.

DE paga un **28 %** más barato que el valor promedio de los vinos que se consumen.

DE paga solo un **3,6 %** más barato que el valor promedio de la carne que se consume.

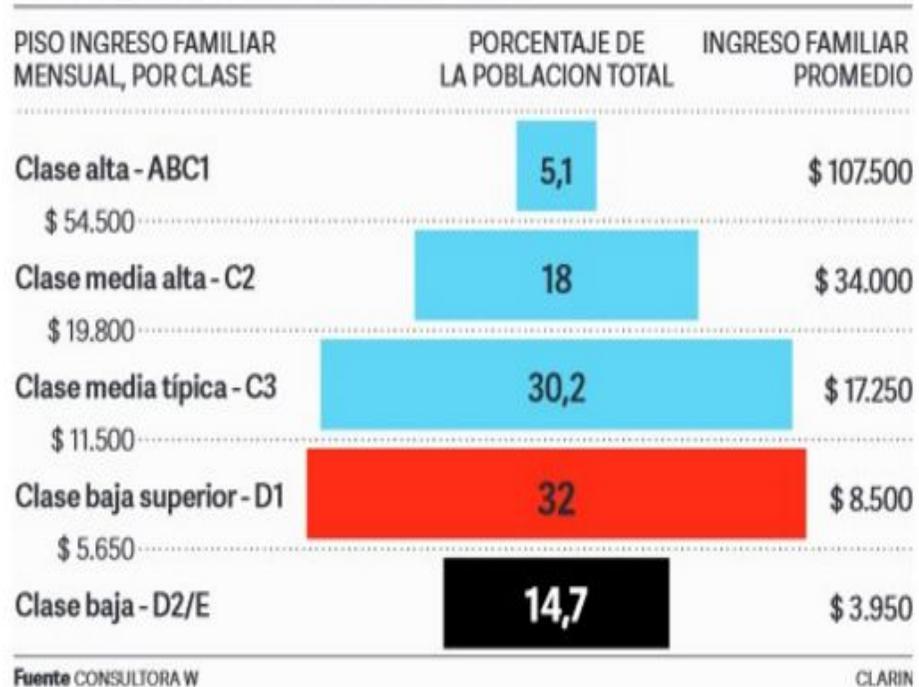
Evolución de Precios relativos según NSE en base al promedio de la carne vacuna



Los distintos cortes cárnicos aumentaron en promedio un 215 % entre 2011 y 2016 (\$ /kg)

La pirámide social argentina

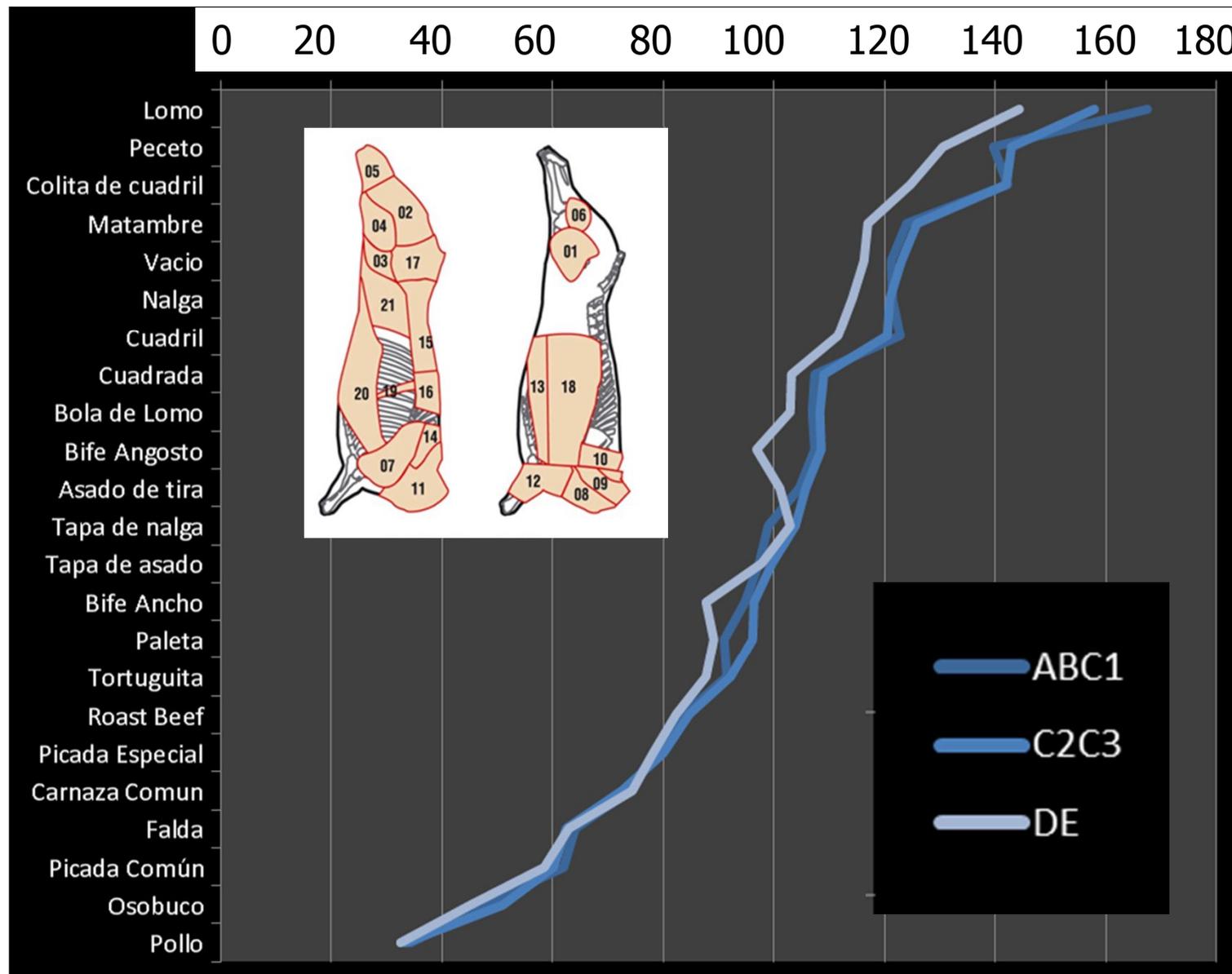
» Análisis en base a datos del consumo familiar



Fuente: IPCVA, 2016

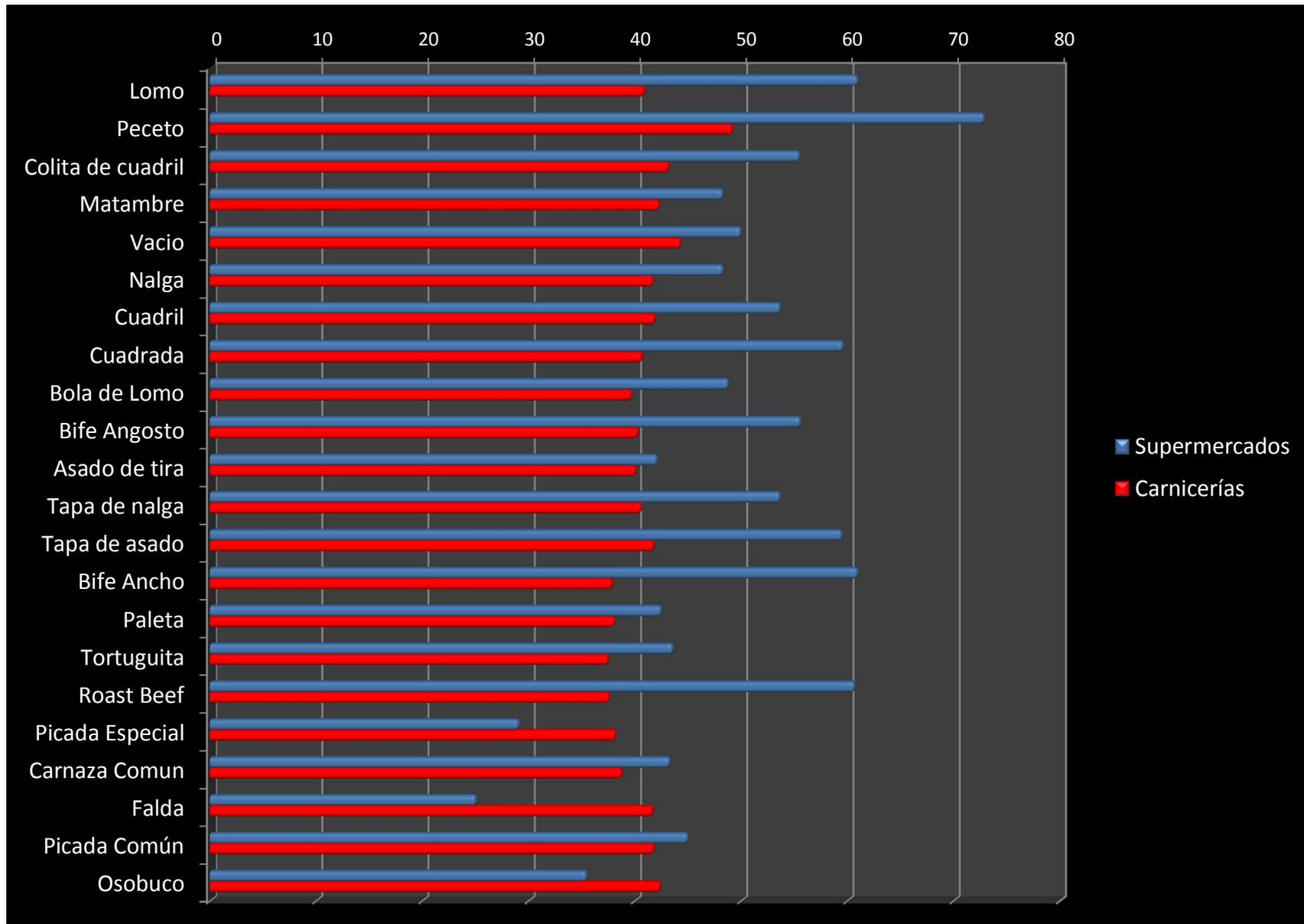
nalga	209,6	
colita de cuadril	219,2	
cuadril	207,5	
lomo	199,6	
peceto	213,3	
picada especial	189,2	
		209,08
asado de tira	230,5	
bola de lomo	203,9	
bife ancho	221,6	
paleta	208,6	
tapa de nalga	208,3	
Vacio	248,9	
		220,16
roast beef	200,1	
falda	227,1	
osobuco	207,5	
picada comun	200,6	
tapa de asado	222,5	
tortuguita	212,6	
		211,73

¿ Cómo es la diferencia de precios de cortes según niveles socioeconómicos?



Fuente: IPCVA, febrero 2016

¿ Cómo se dio el ajuste de precios en el último año en carnicerías y supermercados?



Fuente: IPCVA, Marzo de 2016

Comparación de valores relativos de cortes cárnicos en Argentina y Uruguay

En Argentina

El consumidor paga lo mismo si decide comprar 1kg de lomo o 1,75kg de asado.

En Uruguay paga lo mismo (\$U 699) si decide comprar 1 kg de lomo o 3,24 kg de asado.

Fuente: precios relevados on line en web de supermercados Coto y Tienda Inglesa en marzo de 2016, Adrian Bifaretti).



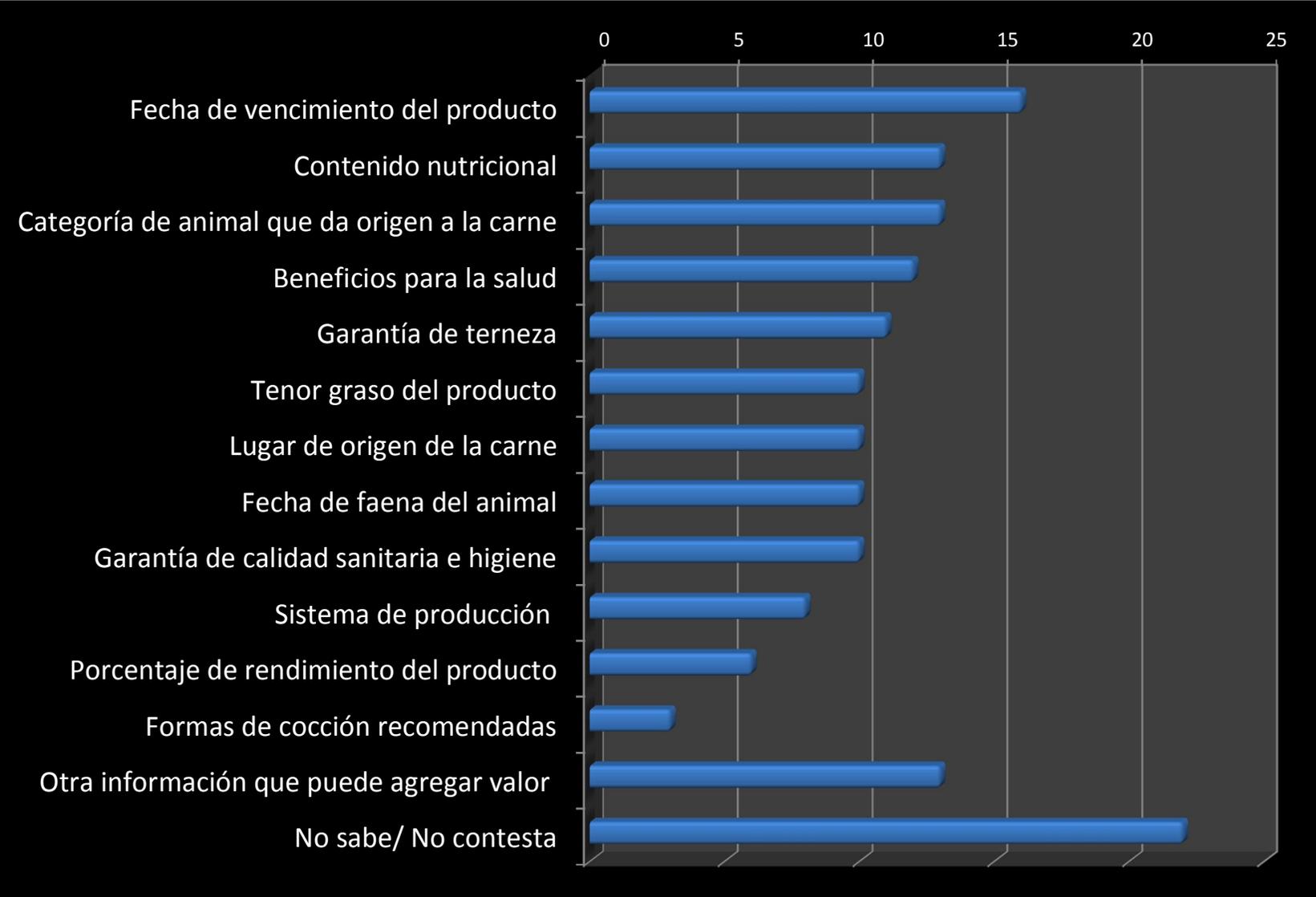
En Argentina, la desconexión de los mercados internacionales, llevó a que los Cortes que mas se encarecieron fueran los cortes del parrillero:

Asado

Vacío

Matambre

¿Qué tipo de información piensa que agregaría valor a la carne vacuna que consume diariamente?



Fuente: IPCVA, 2014

La oportunidad de educar y promover el uso de los diferentes tipos de cortes cárnicos



**Madres
30 - 40 Años**

¿ Es posible sacarle a la gente el “chip” de la ternera?

**HORNO O CACEROLA.
PERO SIEMPRE PEDÍ
NOVILLITO ESPECIAL.**

Llevá sabor y calidad a tu mesa.
La carne nuestra de cada día.



NOVILLITO ESPECIAL

www.ipcva.com.ar
Seguinos en  

CARNE ARGENTINA

RECOMENDADA POR LOS QUE SABEN:
IPCVA Instituto de Promoción
de la Carne Vacuna
Argentina

**CRIOLLA O CHIMI.
PERO SIEMPRE PEDÍ
NOVILLITO ESPECIAL.**

Llevá sabor y calidad a tu mesa.
La carne nuestra de cada día.



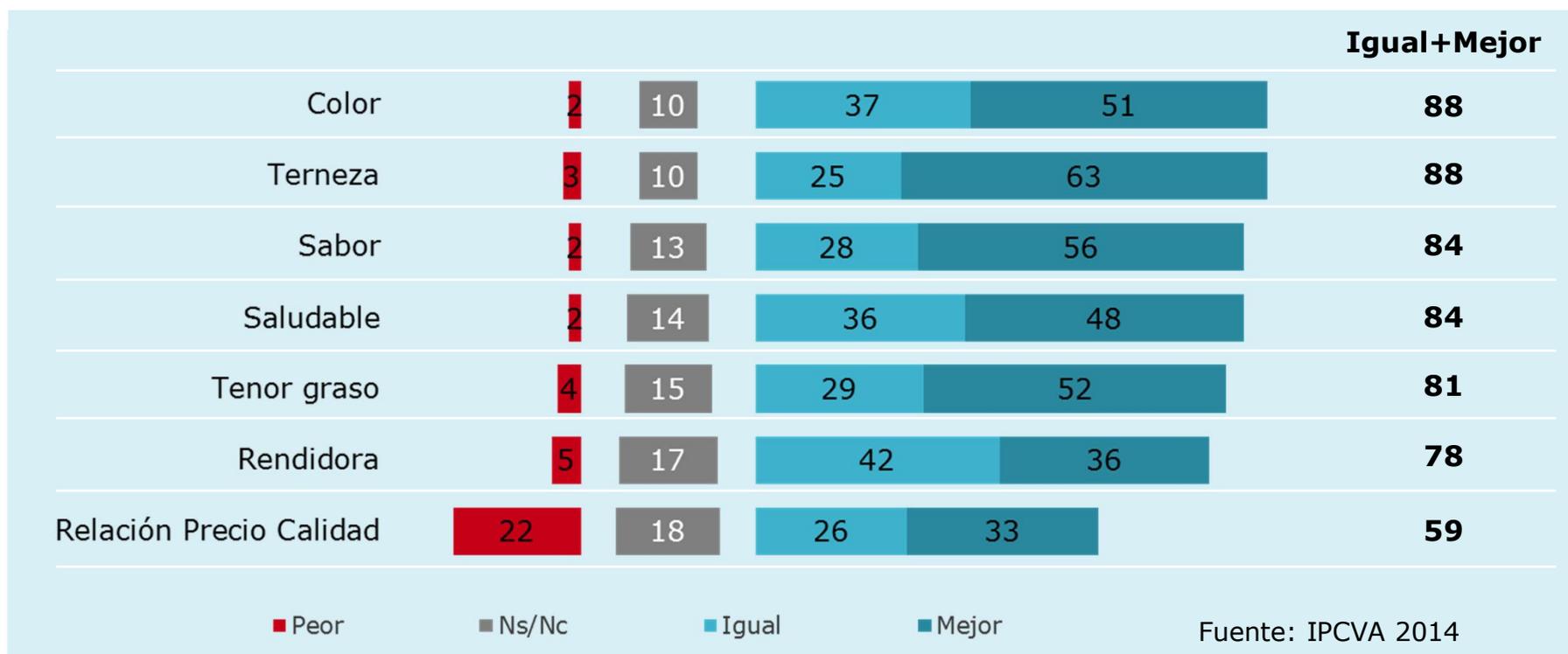
NOVILLITO ESPECIAL

www.ipcva.com.ar
Seguinos en  

CARNE ARGENTINA

RECOMENDADA POR LOS QUE SABEN:
IPCVA Instituto de Promoción
de la Carne Vacuna
Argentina

¿Podría decirme para cada uno de estos aspectos si usted considera que la carne de Novillito Especial es o sería mejor, igual o peor que la carne que consume habitualmente?



Base responsable de la compra (669 casos)



Comprarían carne de novillito especial

Reflexiones finales

- Percepciones equivocadas de los consumidores, turbulencias de precios y un enorme ruido mediático, contribuyen negativamente en la imagen de precios de la carne vacuna.
- La carne vacuna deje de conversar en términos de precios y lo debe hacer en términos de valor.
- ¿Cómo generar valor para el consumidor?:
 - Eficientizar la comercialización para lograr un mejor ajuste de oferta y demanda y una mayor integración con el mercado externo.
 - Facilitarle la construcción de la relación precio calidad.
 - Es posible empezar a modificar el perfil de consumo interno: Novillito Especial.

**Gracias por su
atención !!**

Esmeralda 130 Piso 22
Ciudad Autónoma de Buenos
Aires
Tel.: 011 - 43288152
Email:
a.bifaretti@ipcva.com.ar
www.ipcva.com.ar

