

¿Cómo prepararnos para el futuro del consumo de carnes en Argentina y sus posibles consecuencias en el negocio ganadero?

Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti
Magister en Marketing Internacional
Jefe Departamento Promoción Interna IPCVA

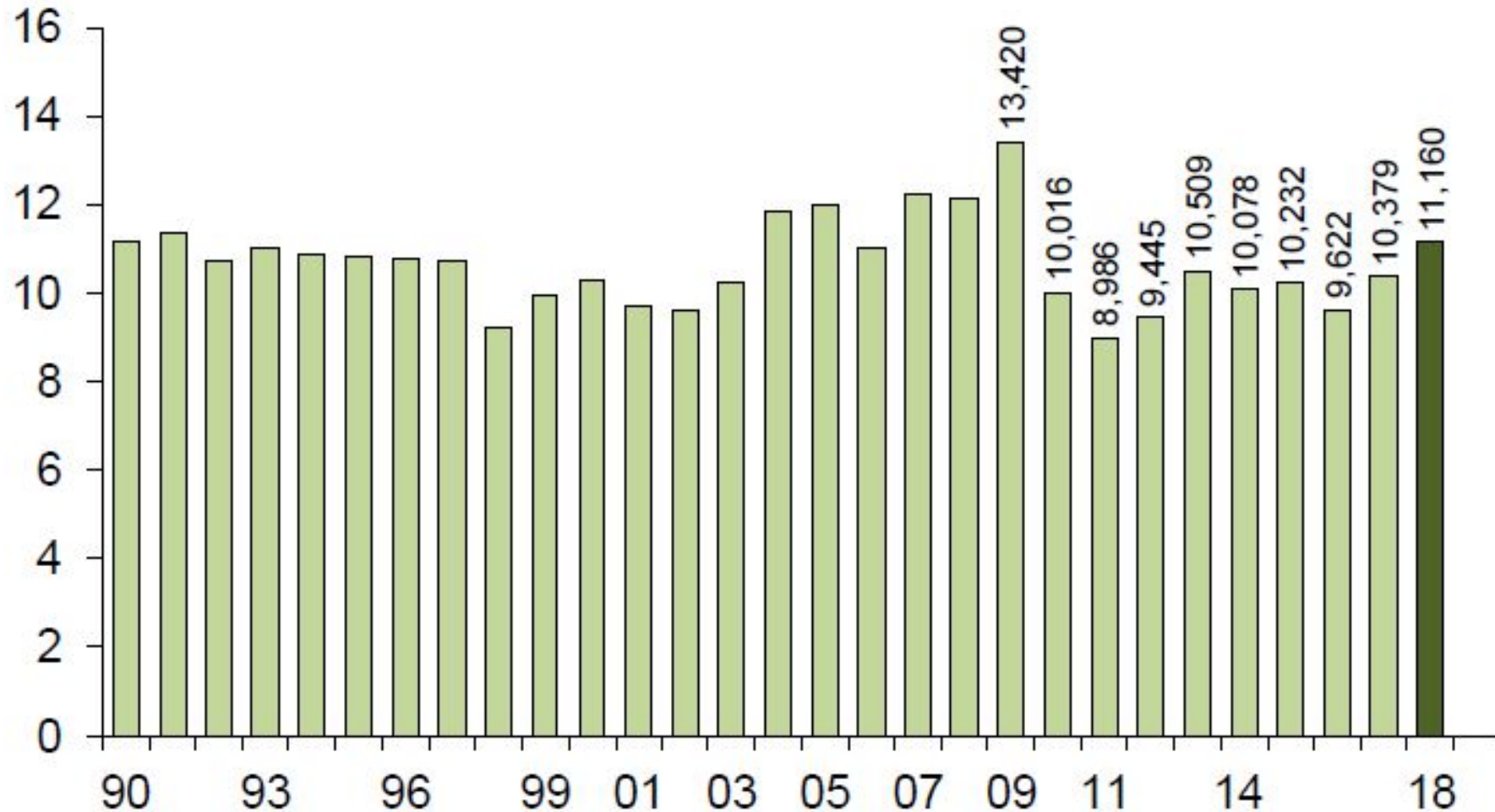
Seminario Regional IPCVA
Posadas. Provincia de Misiones
22 de noviembre de 2018

La evolución del negocio

Estamos con más faena que el año pasado

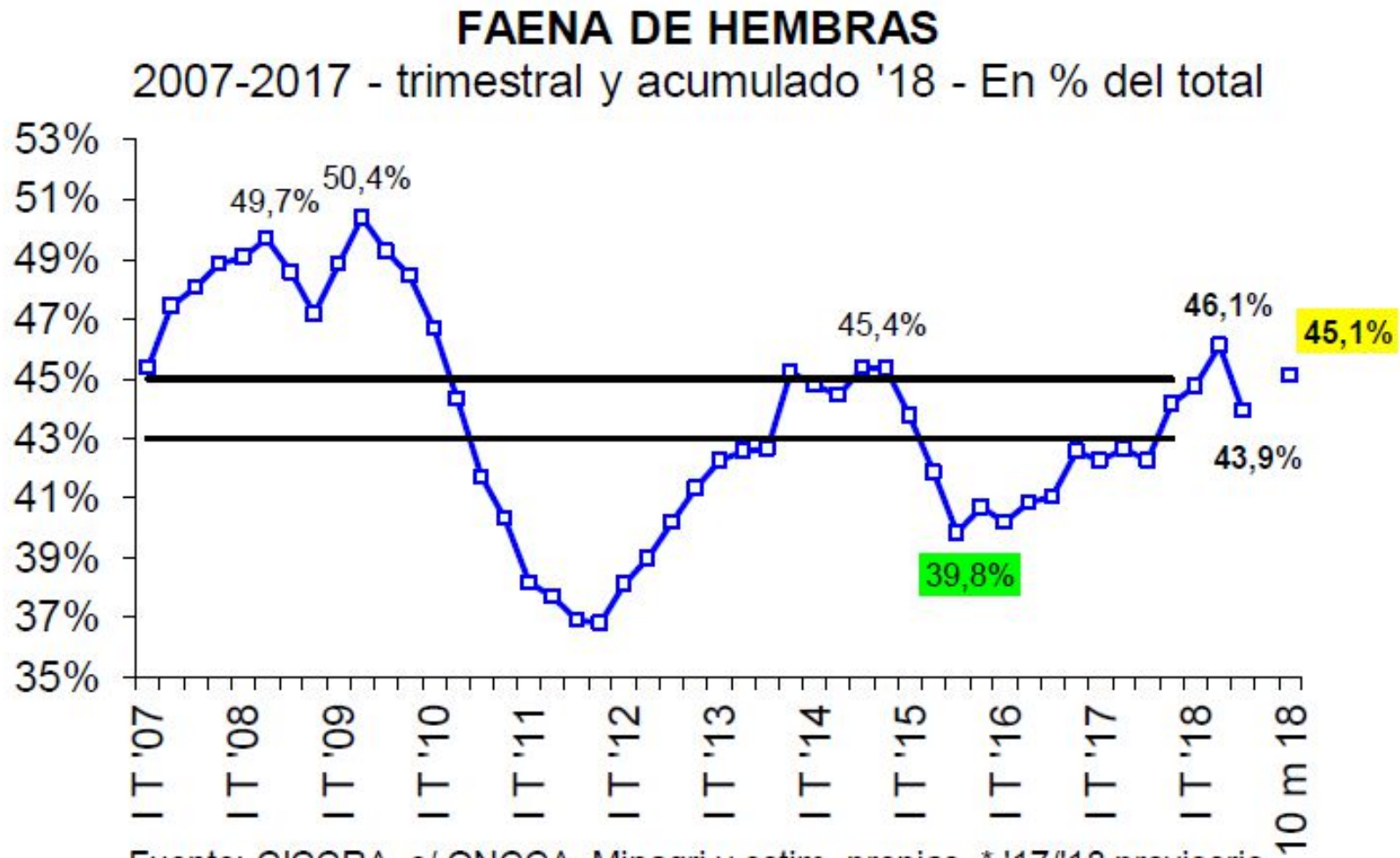
FAENA DE HACIENDA VACUNA

Enero-octubre de 1990-2018* - En millones de cabezas



Fuente: CICCRA, s/ ONCCA, Minagri y estim. propias. * '17/'18 provisorio.

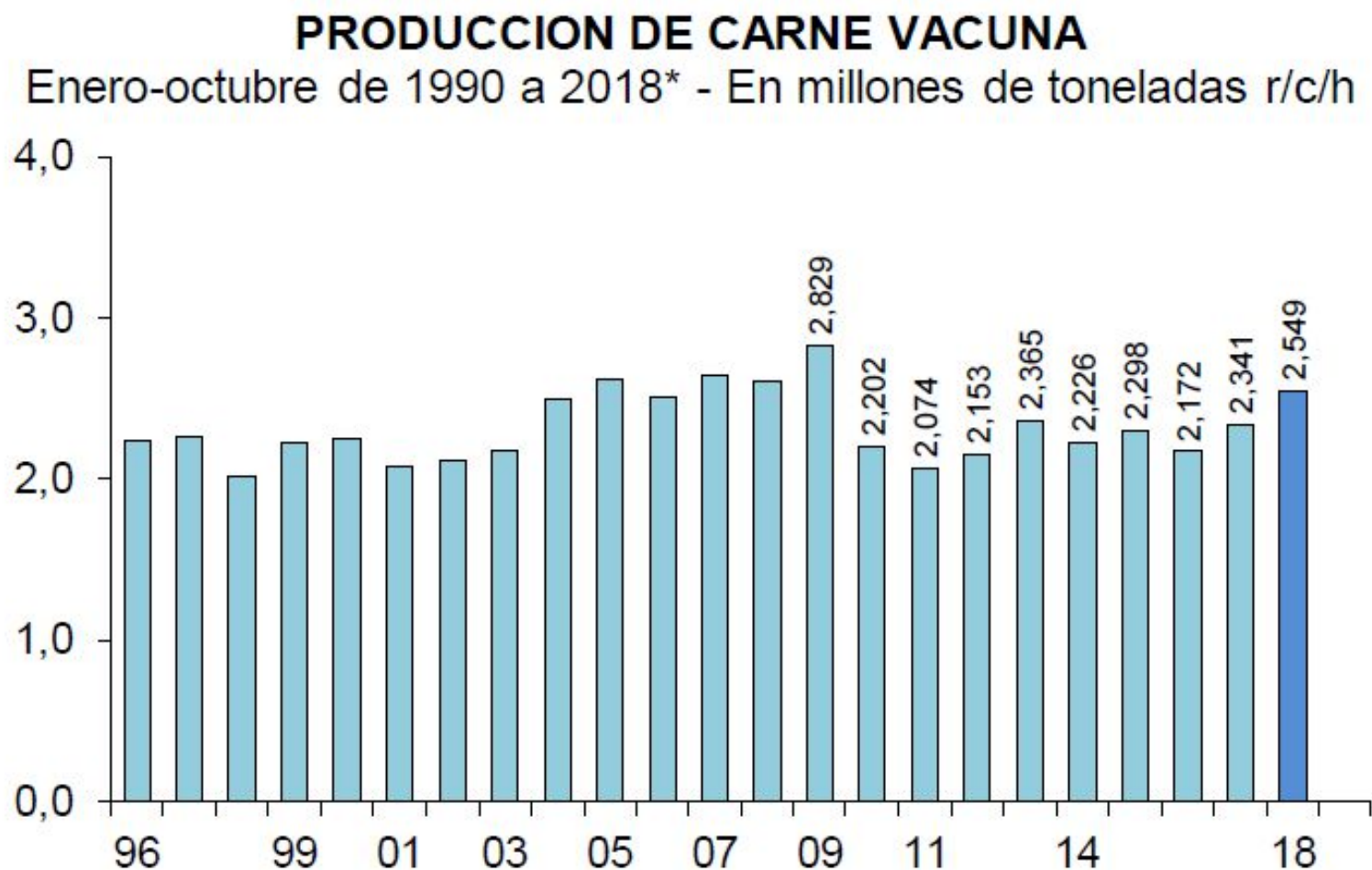
Estamos en una etapa neutral del ciclo ganadero según el % de faena de hembras



Fuente: CICCRA, s/ ONCCA, Minagri y estim. propias. * '17/'18 provisorio.

Las líneas negras delimitan la banda dentro de la cual el stock de ganado vacuno se mantiene estable. Si la línea azul está por arriba implica liquidación de vientres. Por debajo implica retención de vientres.

La evolución de la producción de carne en los últimos años



Fuente: CICCRA, s/ ONCCA, Minagri y estim. propias. * '17/'18 provisorio.

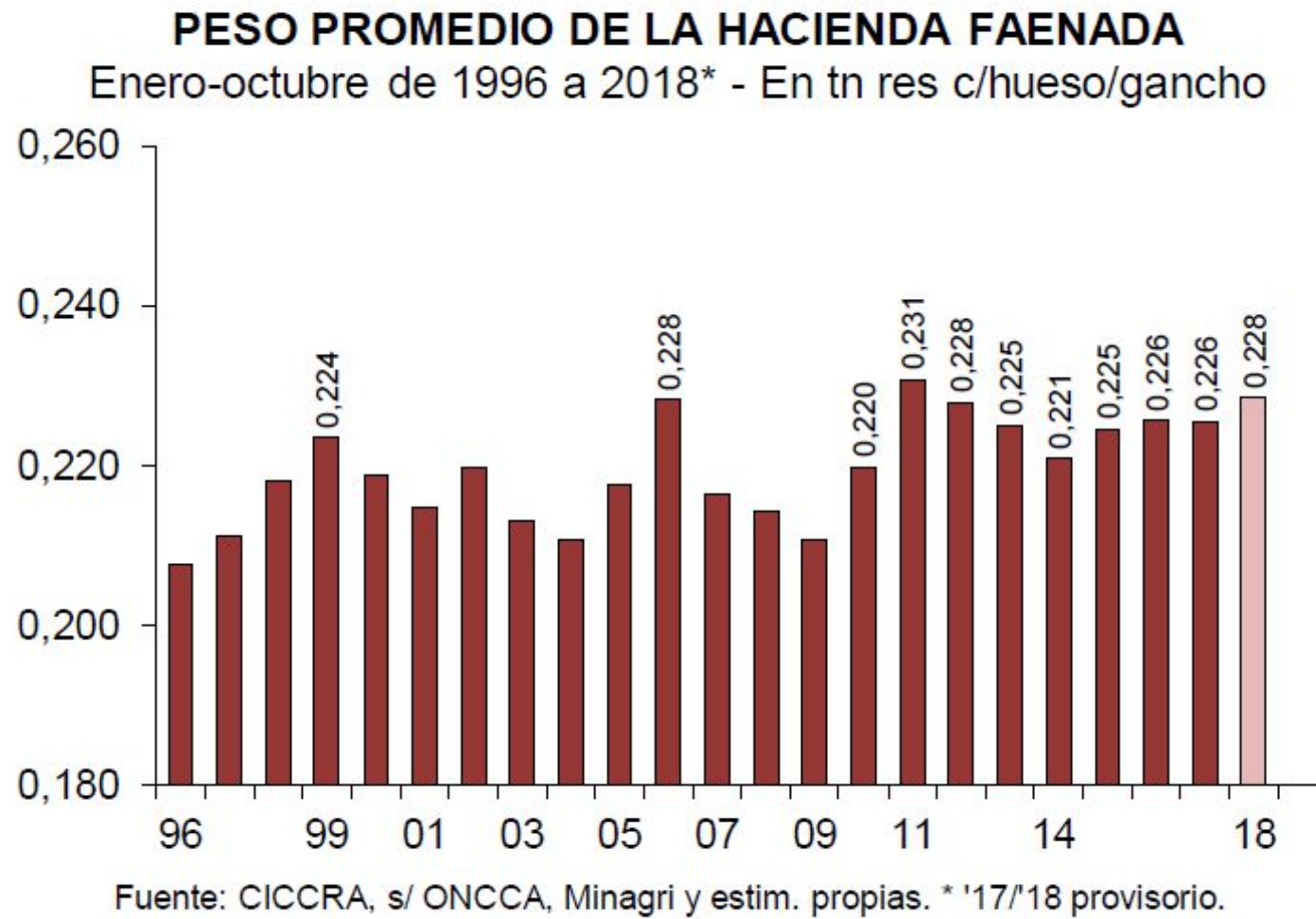
OFERTA Y DEMANDA DE CARNE **VACUNA**

Período	Producción	Exportación	Consumo total	Consumo per cápita	Exportación	Consumo total
	Tn res c/hueso	Tn res c/hueso	Tn res c/hueso	kg/año	s/faena total	s/faena total
12 meses de...						
2016	2.643.000	230.202	2.412.798	55,4	8,7%	91,3%
2017	2.842.000	312.052	2.529.948	57,4	11,0%	89,0%
10 m. de...				Pr. móv. 12 m.		
2015	2.297.782	175.975	2.121.807	58,8	7,7%	92,3%
2016 *	2.172.000	189.143	1.982.857	54,9	8,7%	91,3%
2017 *	2.341.000	253.481	2.087.519	57,3	10,8%	89,2%
2018 * **	2.549.320	429.737	2.119.583	57,7	16,9%	83,1%
Var. % '18-'17	8,9%	69,5%	1,5%	0,7%	55,7%	-6,8%
Var. abs. '18-'17	208.320	176.256	32.064	0,4	6,0%	-6,0%

Fuente: CICCRA, con datos de Minagri, Senasa, Indec y estimaciones propias.

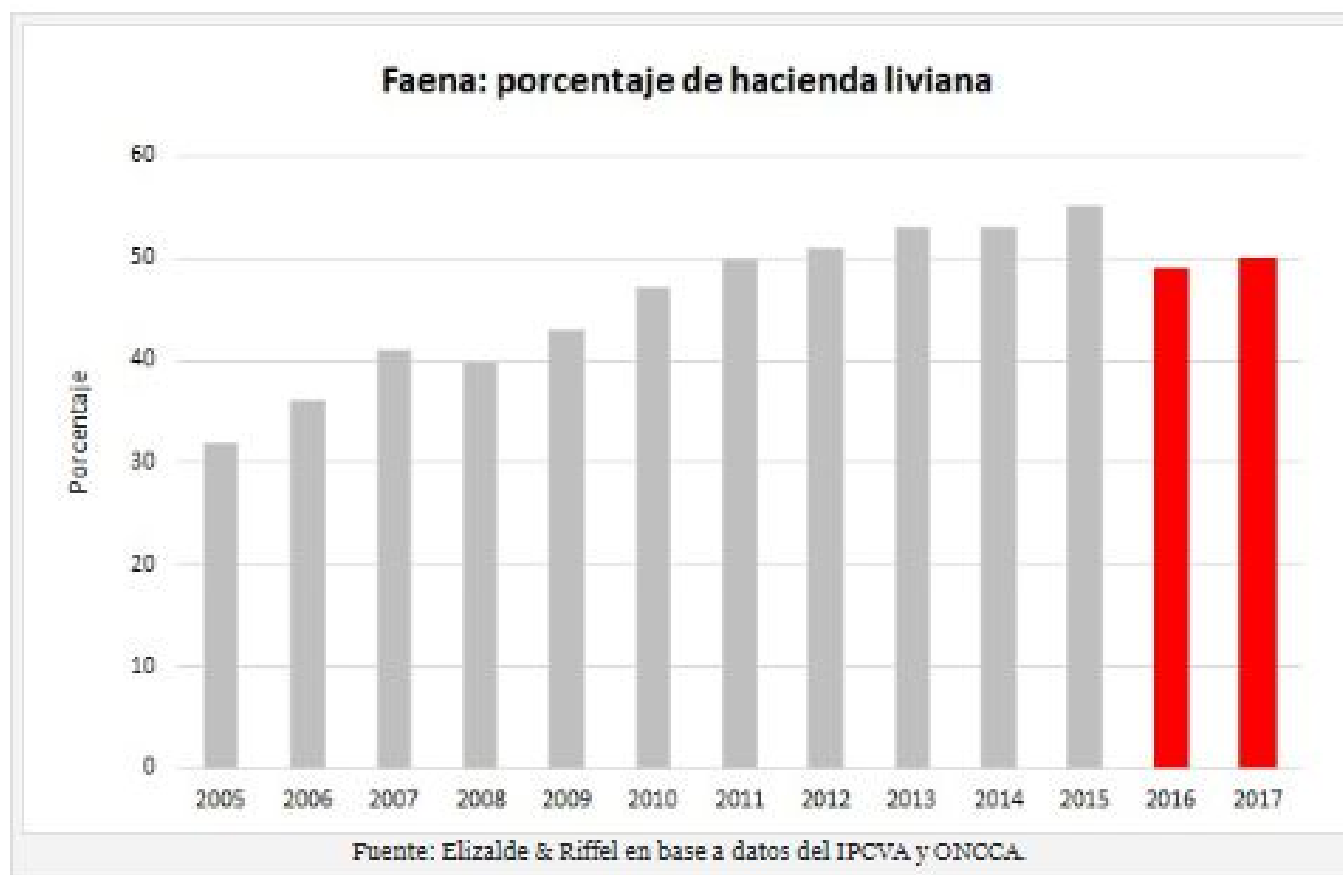
* Provisorios. ** Exportaciones estimadas.

Seguimos teniendo un peso bajo de faena...



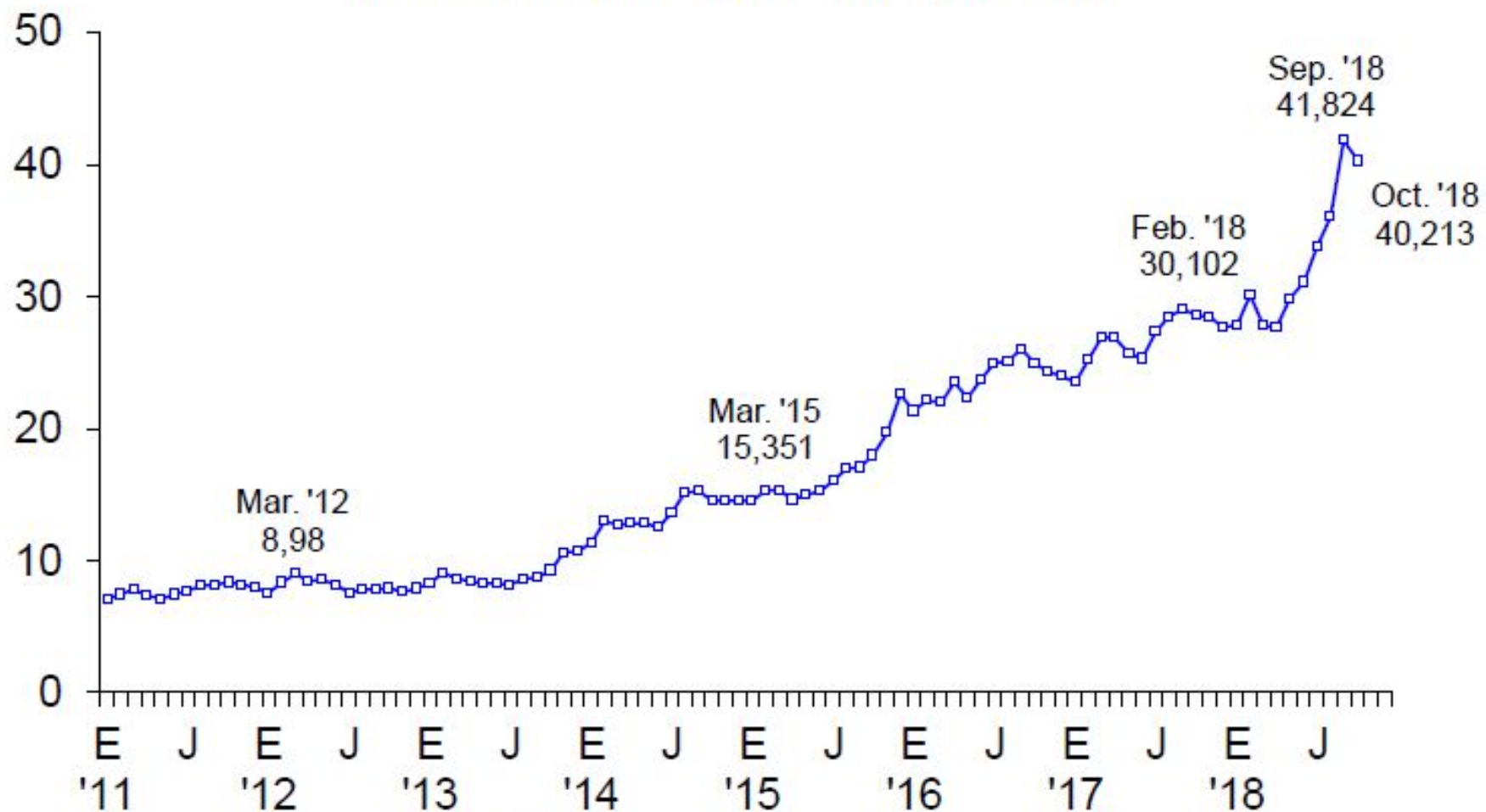
El escenario

Los especialistas destacaron que la disminución de la superficie de pasturas y la consolidación del feedlot en los últimos años, llevaron a que la participación de la hacienda liviana (terneros, terneras y novillitos) en la faena total pasara del 32% en 2005 al 55% en 2015. Afortunadamente, los datos de los últimos dos años muestran un cambio en esa tendencia que se refleja en una caída en el porcentaje de animales livianos al 49-50%, en línea con el nuevo escenario de la actividad.



PRECIO PROMEDIO (EN \$) DE LA HACIENDA VACUNA

Período enero 2011 - octubre 2018

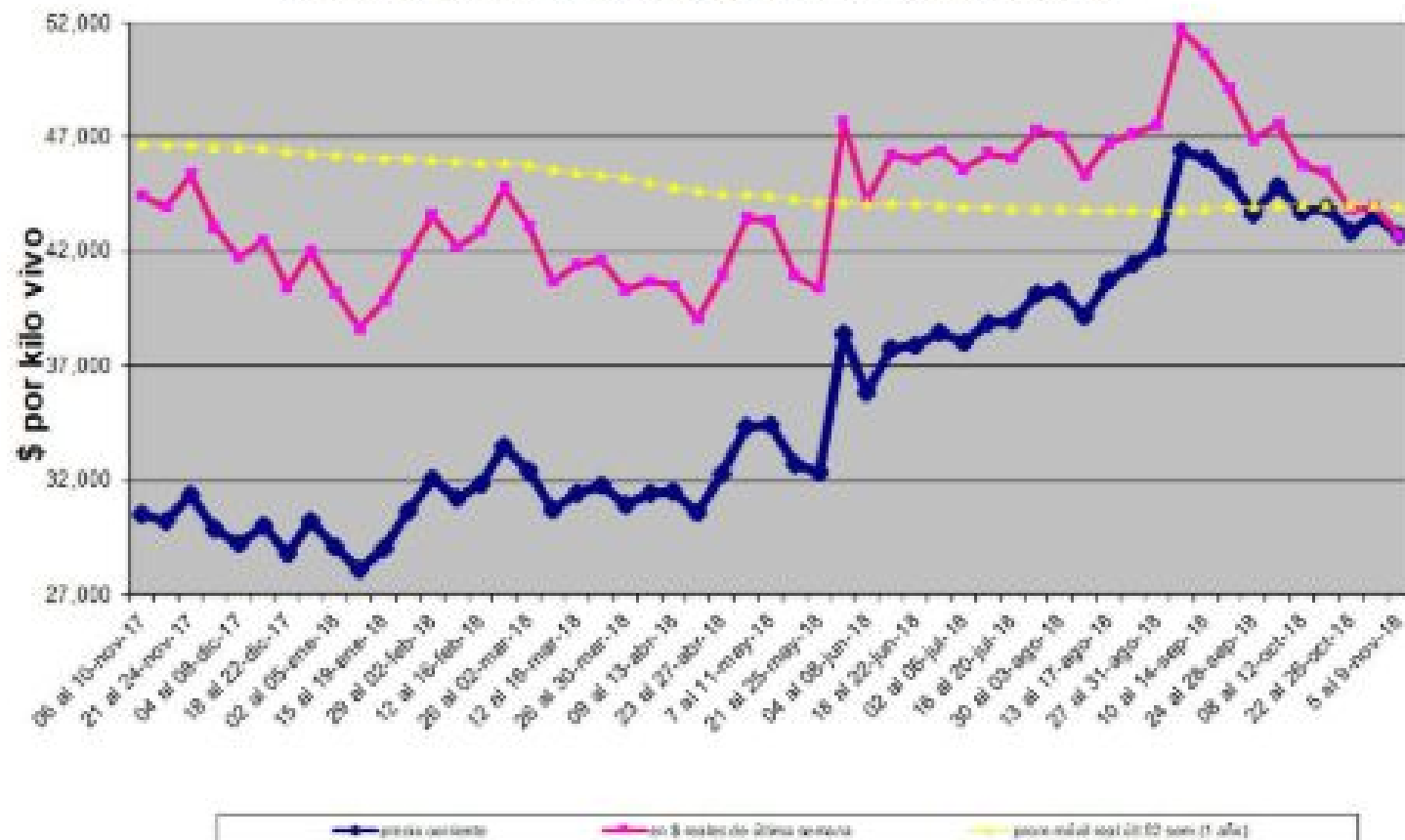


Fuente: CICCRA, con datos del Mercado de Liniers S.A..

El novillo de consumo

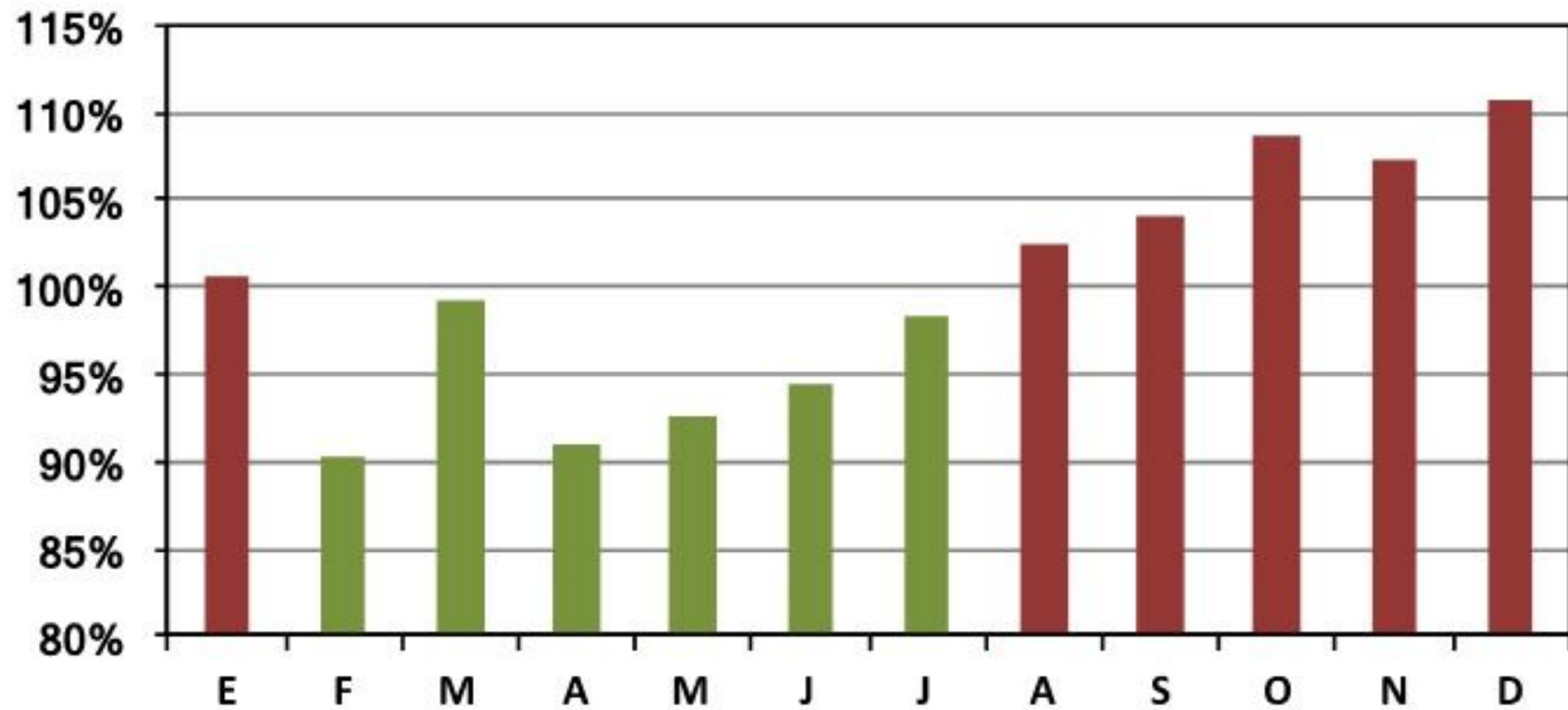
La semana pasada, el precio real del novillo traspasó hacia abajo la trayectoria de los promedios móviles de 52 semanas, tras 23 semanas en que se había mantenido por arriba. Así, se ubicó 3% debajo de este promedio y 4% abajo del valor de hace un año.

**Precio real del novillo en el mercado de Liniers
Semana terminada el 9 de noviembre de 2018**



Fuente: Valor Carne en base a datos de Mercado de Liniers SA (precios) y de FIEL (inflación)

Estacionalidad faena terneros/as y novillitos (2005-2016)



<https://www.valorcarne.com.ar/la-recria-larga-sigue-siendo-mejor-negocio/>

Evolución Porcentaje de Ocupación al 1ero de cada mes:

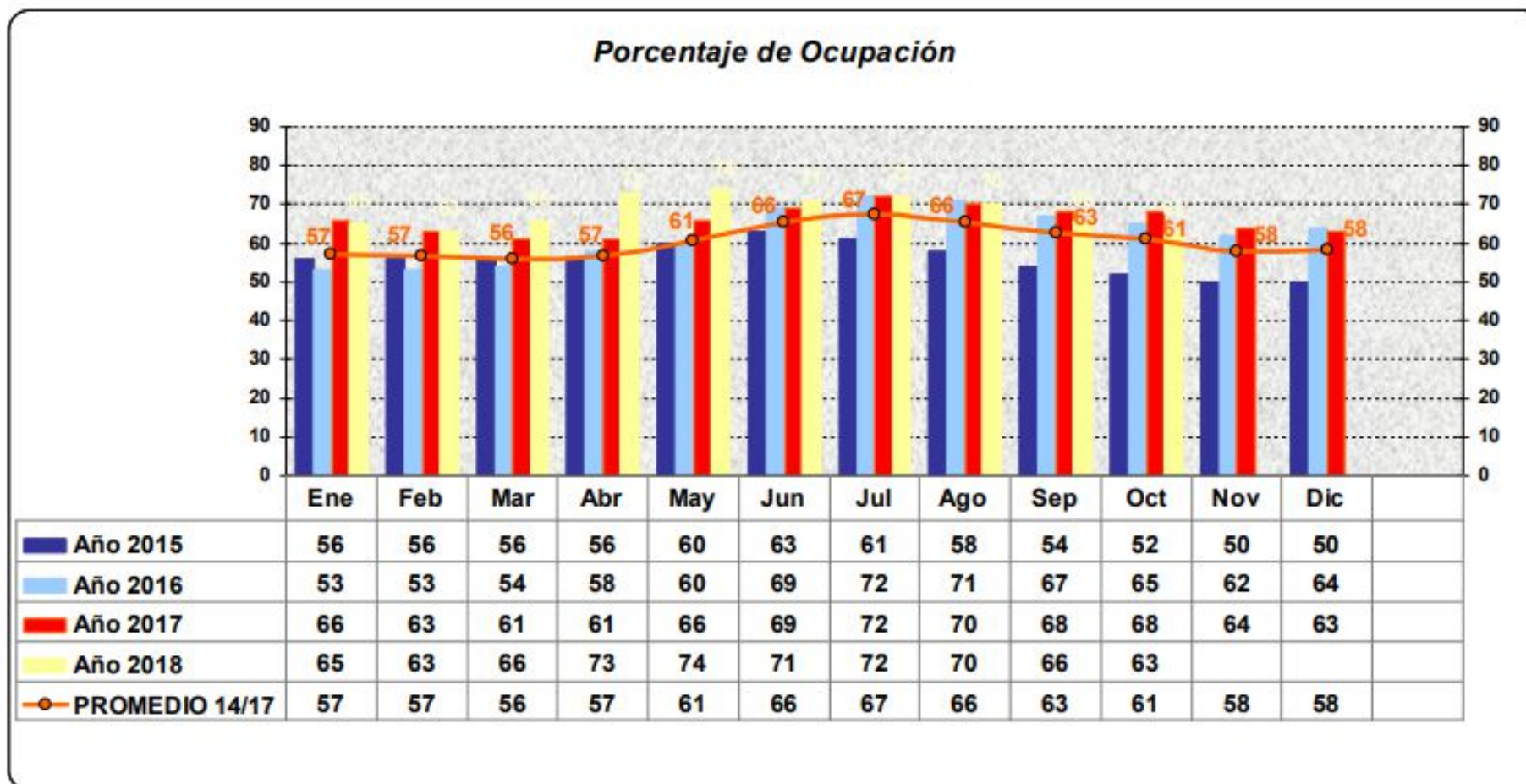
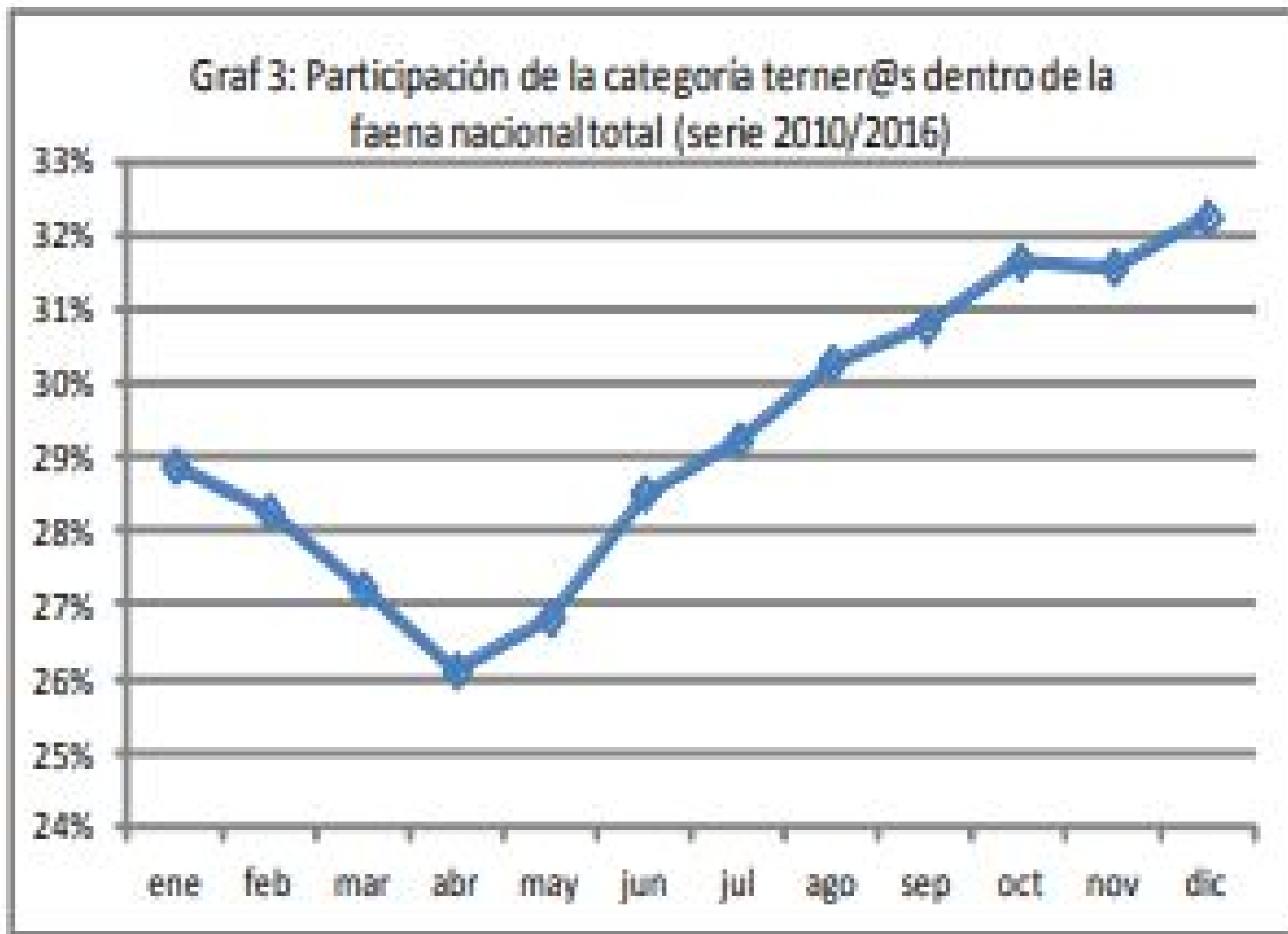


Gráfico nro 6 - Fuente: Cámara Argentina de Feedlot



Fuente: Ganadería: Peso de faena. ¿Porqué es bajo en Argentina?. Ing. Agr. Andres Halle.

http://www.econoagro.com/images/stories/pdf/ganaderia/peso_faena17-11.pdf

¿Qué viene pasando con los precios minoristas y la demanda en el mercado interno?



Índice de precios al consumidor

Variaciones porcentuales del mes de octubre de 2018 respecto al mes anterior. Total nacional y regiones.

indec 50 AÑOS 1968 - 2018

En porcentaje

TOTAL NACIONAL		Gran Buenos Aires		Pampeana		Noreste		Noroeste		Cuyo		Patagonia	
5,4%		5,1%		5,8%		4,9%		5,3%		5,9%		5,8%	
Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios
5,8%	4,6%	5,7%	4,1%	6,0%	5,4%	5,7%	2,2%	5,9%	3,9%	5,9%	6,1%	5,9%	5,6%

Fuente: INDEC-Índice de precios al consumidor

INDECArgentina www.indec.gov.ar



INDEC Argentina ✓

@INDECArgentina



#DatoINDEC

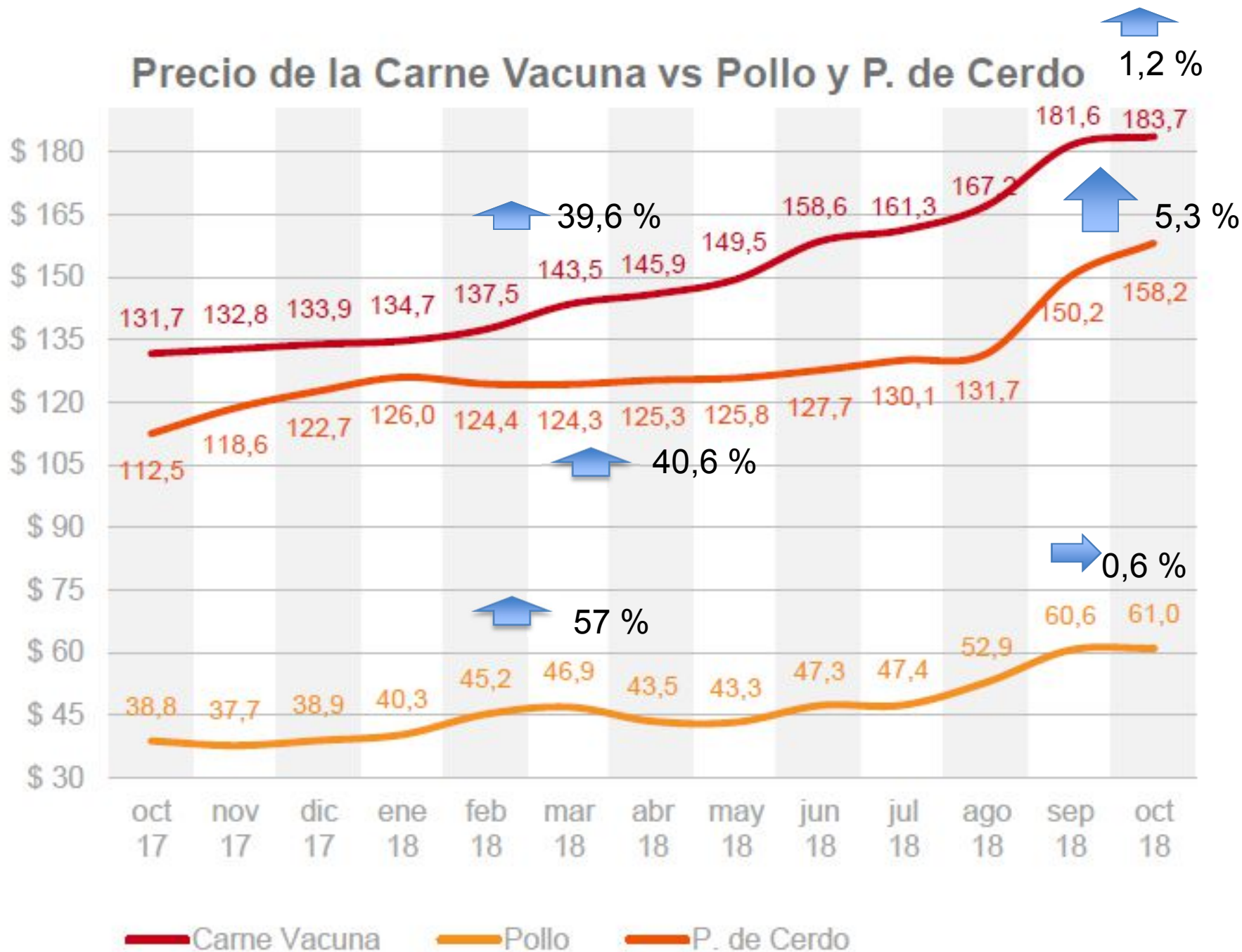
Los precios al consumidor (#IPC) aumentaron 5,4% en octubre de 2018 respecto de septiembre y acumularon un alza de 39,5% en los últimos diez meses indec.gob.ar/uploads/inform...

♥ 237 16:00 - 15 nov. 2018

💬 357 personas están hablando de esto



Precio de la Carne Vacuna vs Pollo y P. de Cerdo



¿Qué pasa con el consumo en general?

Consumo

Bajan 9,4% las ventas en octubre y se espera una mayor caída del consumo

La CAME aseguró que el mes pasado "se vendió lo justo y necesario" y que la gente "controló mucho el gasto con tarjetas"



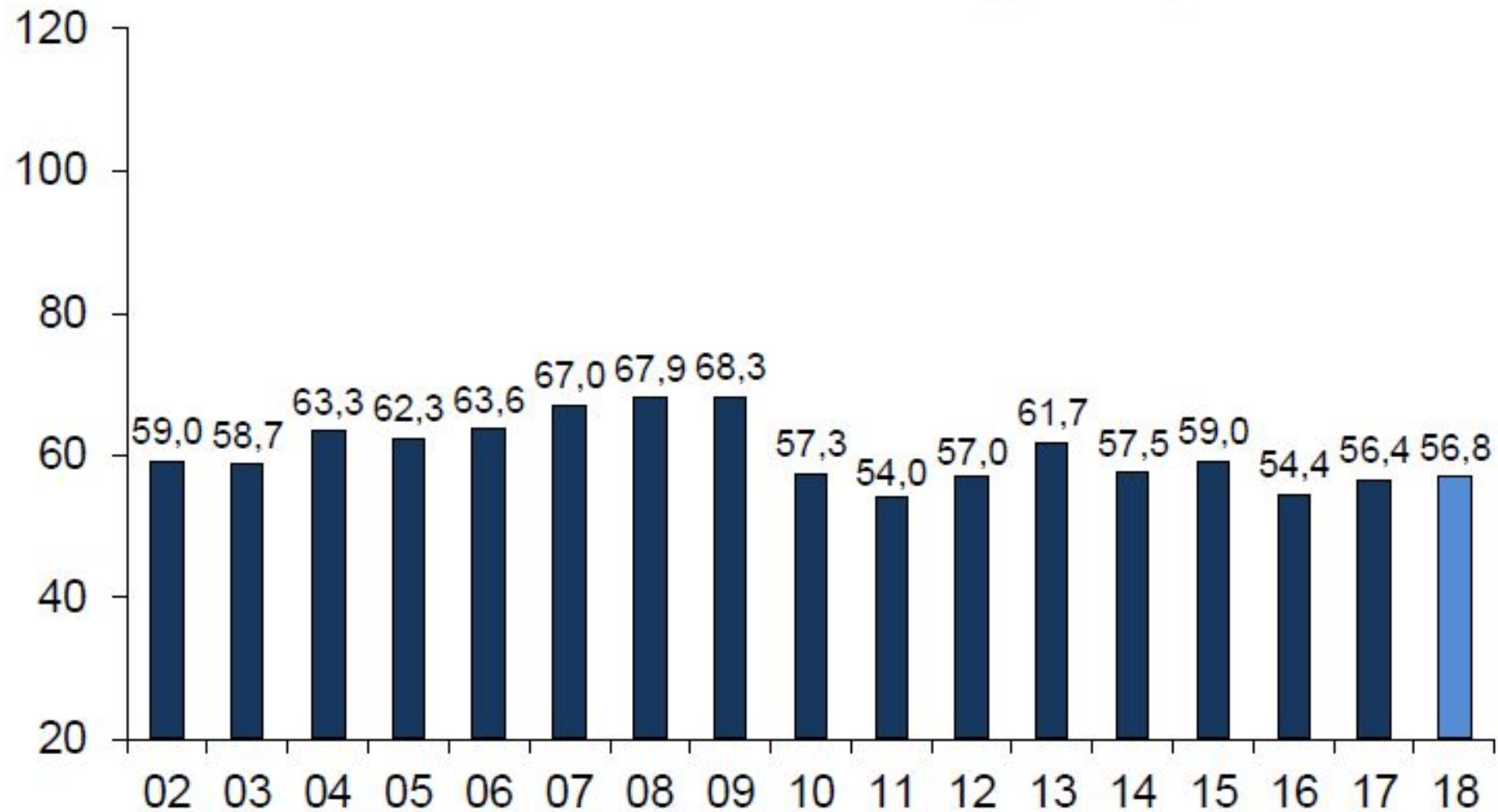
Góndolas de supermercado (Rafael María Quintero)

Variación anual de las ventas minoristas en Locales Físicos (a precios constantes)



CONSUMO DE CARNE VACUNA POR HABITANTE

Enero-octubre de '09 a '18* - En kilogramos por año

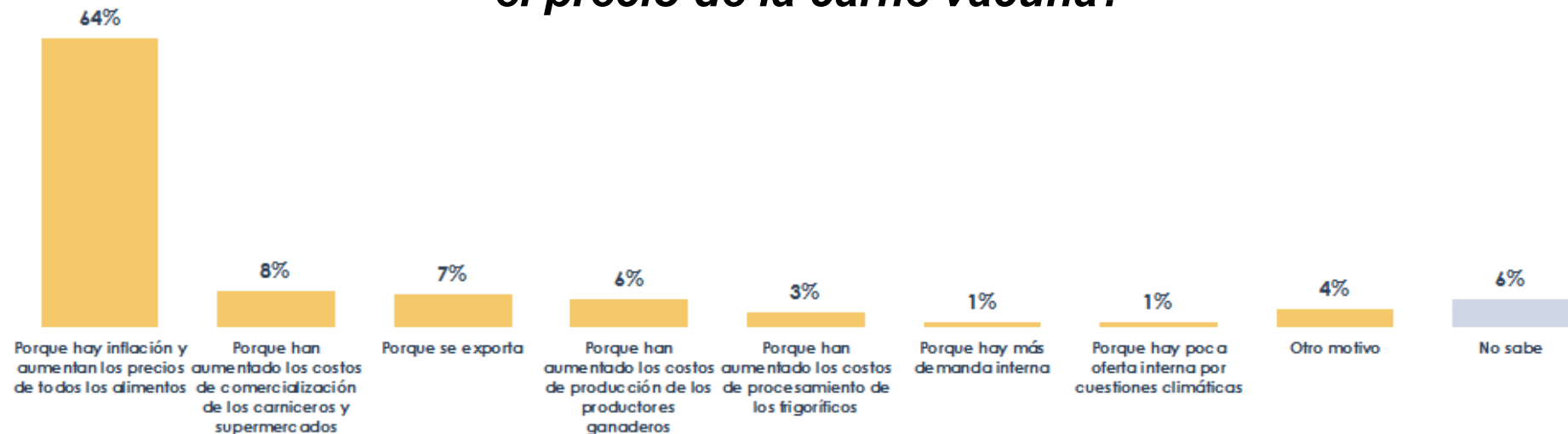


Fuente: CICCRA, estimación propia. * '17/'18 provisorio.

**¿ Qué puede suceder a corto
y mediano plazo?**

La gente visualiza a la inflación como el causante del aumento de la carne...

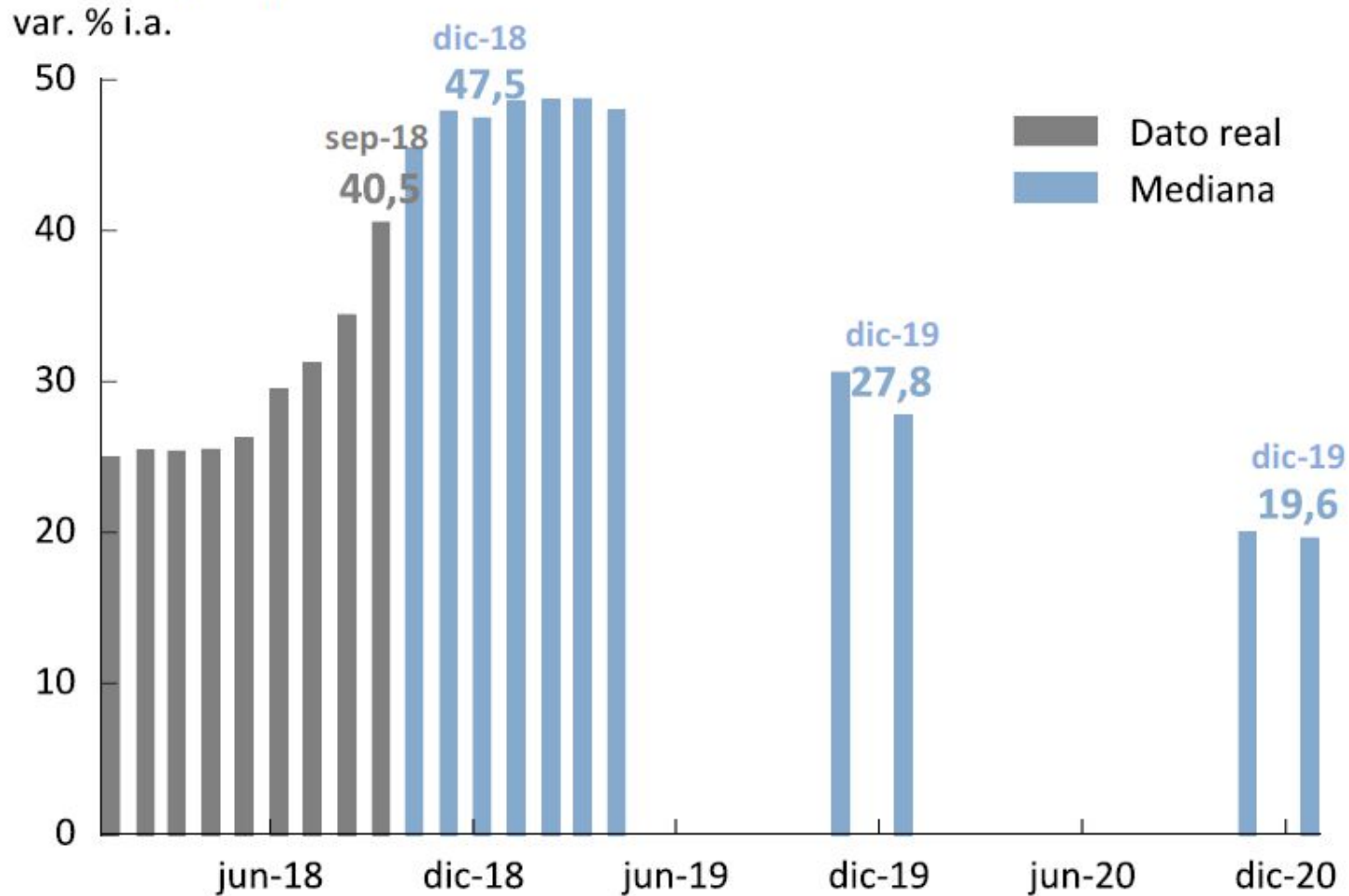
Según su opinión, ¿cuál es el principal motivo por el que aumenta el precio de la carne vacuna?



Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

¿Qué puede pasar con la inflación de acá en adelante?

Gráfico 1.2 | Expectativa de inflación anual — IPC



Nota: oct-18 implícito

Fuente: REM - BCRA (oct-18)

¿ Cómo puede ser la evolución de las tasas?

Cuadro 2.1 | Expectativas de tasa de interés promedio mensual

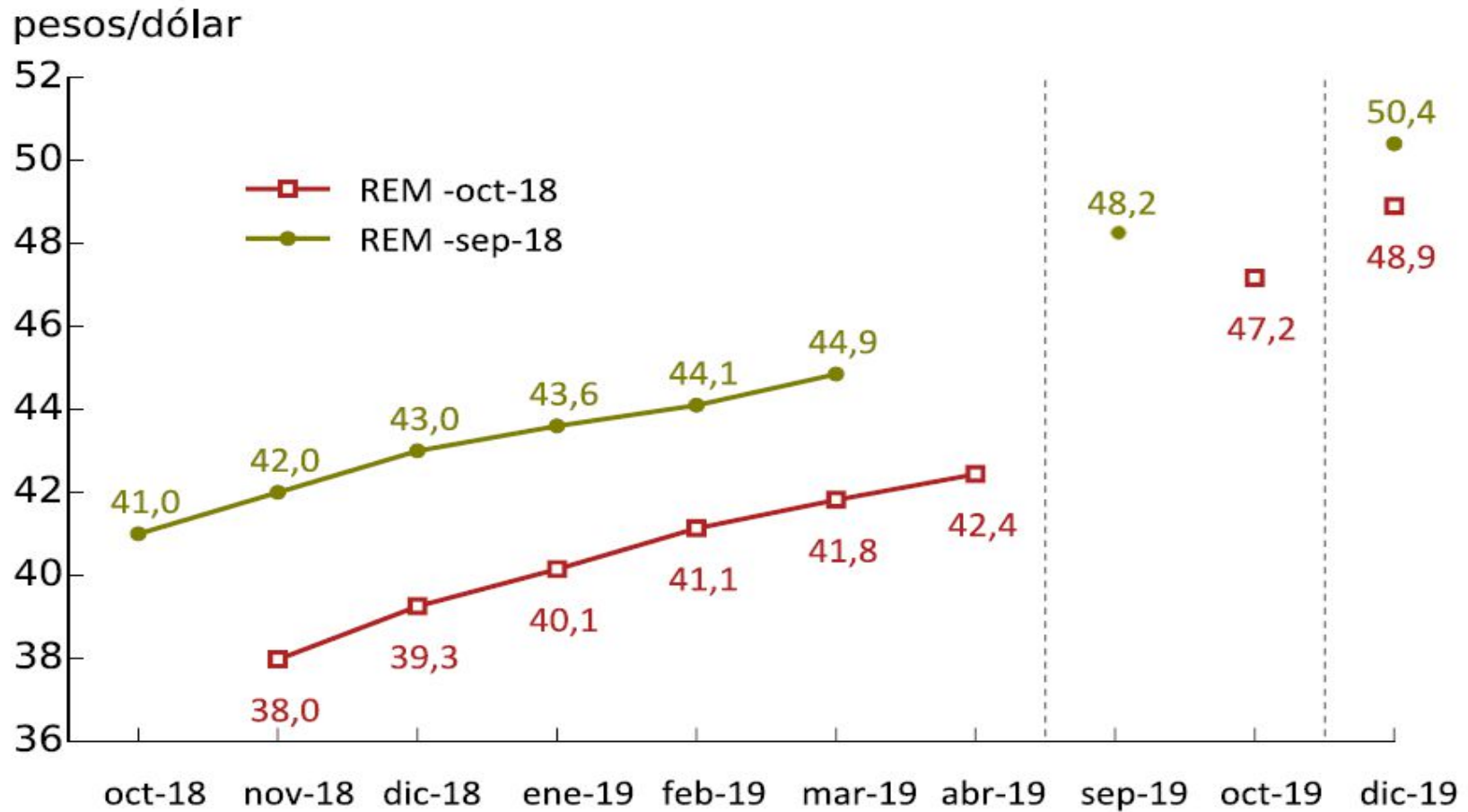
Tasa de política monetaria (LELIQ 7 días)									
	Referencia	Mediana (oct-18)	Mediana (sep-18)	Variación*		Promedio (oct-18)	Promedio (sep-18)	Variación*	
nov-18	TNA; %	68,00	65,00	↑	(1)	68,10	64,25	↑	(1)
dic-18	TNA; %	65,00	60,00	↑	(1)	64,78	62,62	↑	(1)
ene-19	TNA; %	62,00	58,00	↑	(0)	61,53	58,97	↑	(1)
feb-19	TNA; %	58,00	55,00	↑	(1)	58,41	55,39	↑	(1)
mar-19	TNA; %	55,00	51,85	↑	(0)	55,47	51,72	↑	(0)
abr-19	TNA; %	51,50	-	-		52,67	-	-	
Próx. 12 meses	TNA; % oct-19	40,00	40,00	→	(1)	42,68	40,75	↑	(1)
2019	TNA; %; dic-19	35,00	35,00	→	(1)	38,38	36,61	↑	(1)

*Comparación en relación al relevamiento anterior. Revisión al alza ↑; revisión a la baja ↓; sin cambios respecto al último pronóstico →
El número entre paréntesis significa por cuántos períodos consecutivos la variación tiene el mismo signo.

Fuente: REM - BCRA (oct-18)

¿ Qué puede pasar con el dólar?

Gráfico 3.1 | Expectativas de tipo de cambio nominal



Fuente: REM - BCRA (oct-18)

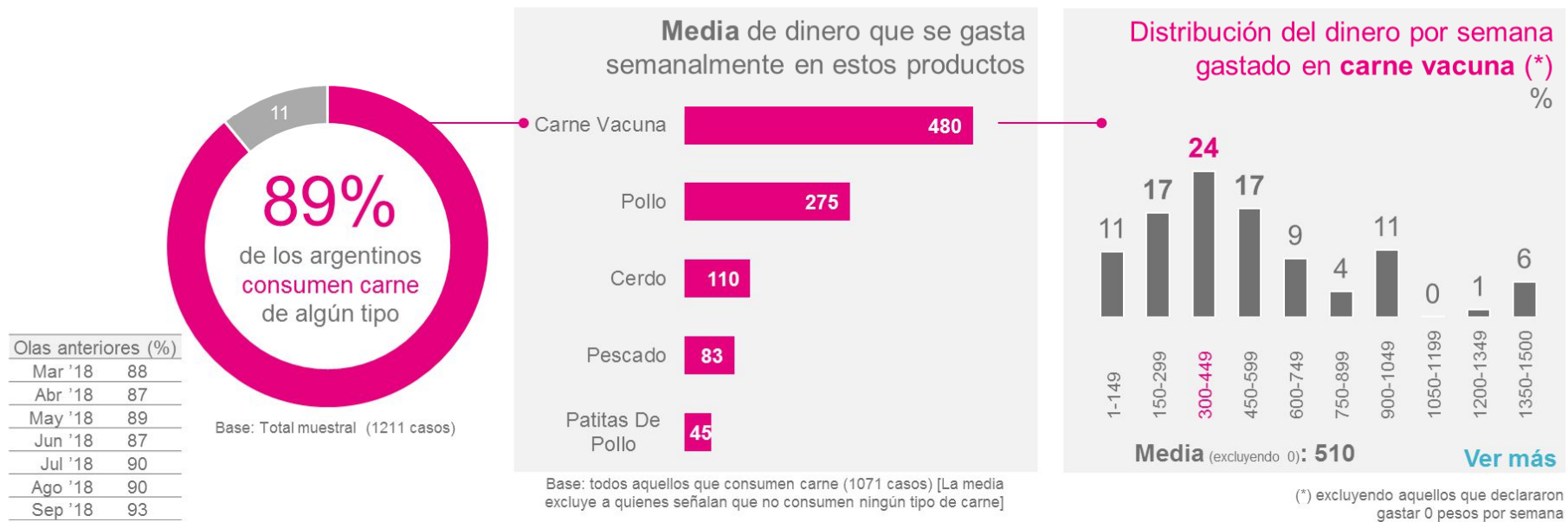
Nota: mediana

Pensando en el consumo del hogar...

¿ Cuánto dinero semanal se gasta en los siguientes alimentos?

Gasto semanal en diferentes tipos de carne

El 89% de los argentinos consume algún tipo de carne. La media de dinero gastado de **carne vacuna** es de **480 pesos**. La distribución del precio de la carne vacuna es muy similar a la de Septiembre – concentrada mayormente entre los \$150 y los \$599, con pico en \$300-499.

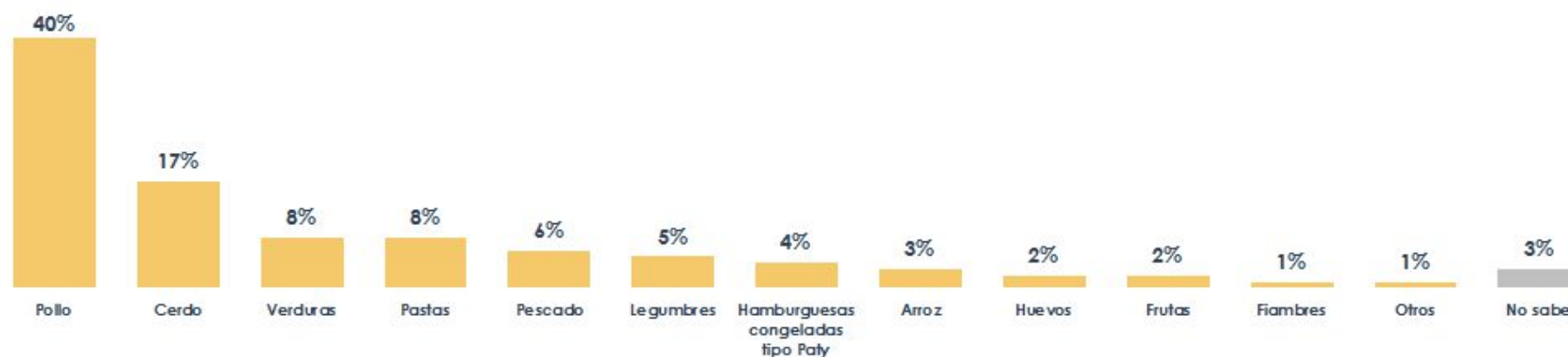


Fuente: IPCVA, Octubre 2018. (1205 casos muestrales on line representativos de todo el país)₂₄

¿Cuándo la carne se percibe como cara cuáles son alimentos suplentes?

En caso de no estar dispuesto a pagar más cara la carne vacuna, principalmente, ¿por qué alimento la sustituiría?

ENTRE COMPRADORES DE CARNE VACUNA

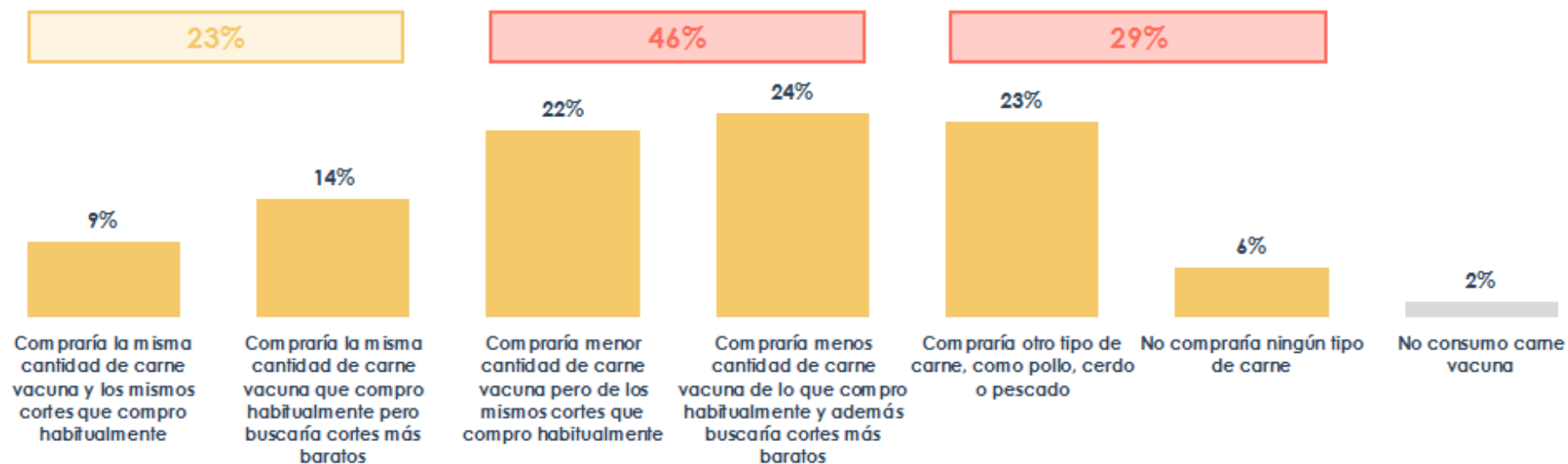


TOP 4	GÉNERO		EDAD			NSE				ZONA		
	F	M	18 a 35	36 a 50	>50	ABC1	C2	C3	D1/D2	CABA	GBA	INTERIOR
Pollo	39%	41%	44%	41%	33%	34%	40%	39%	42%	36%	41%	40%
Cerdo	13%	21%	9%	20%	25%	24%	21%	19%	11%	20%	19%	16%
Verduras	11%	5%	7%	7%	10%	7%	6%	7%	10%	7%	3%	10%
Pastas	6%	11%	10%	5%	9%	6%	7%	8%	10%	9%	10%	8%

Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

La inflación impulsa hace que se compre menos cantidad de carne por acto de compra, que la gente se pase a otras carnes más baratas...

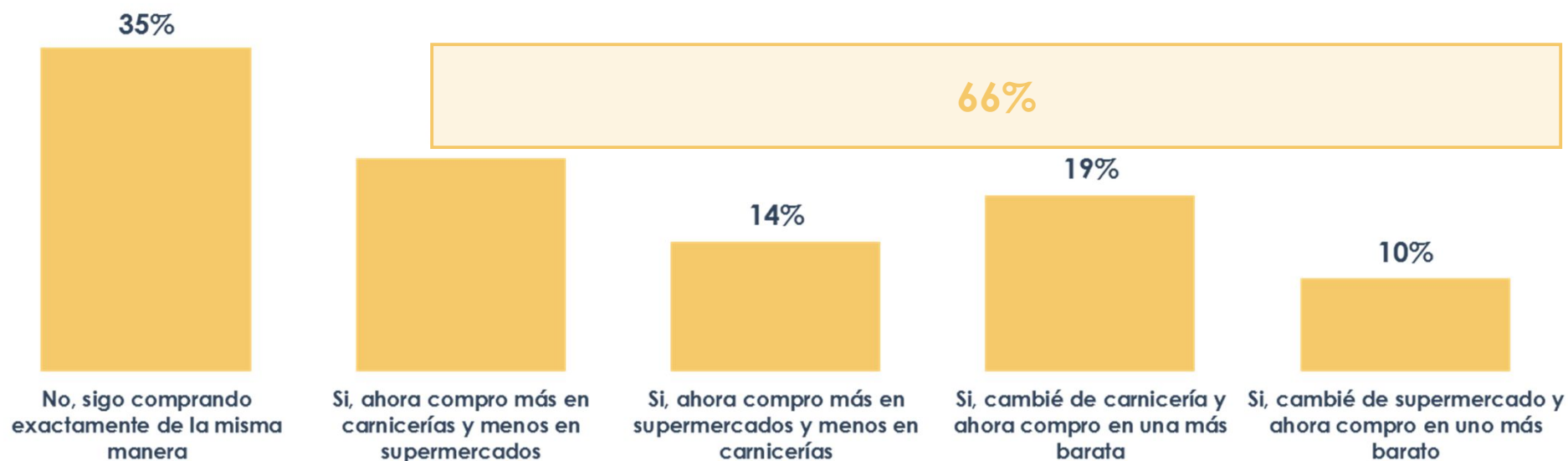
Imaginando que los precios de los alimentos aumentarían 45%, ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que Ud. haría en relación con su consumo de carne vacuna?



Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

La situación económica impulsa cambios en los hábitos de compra

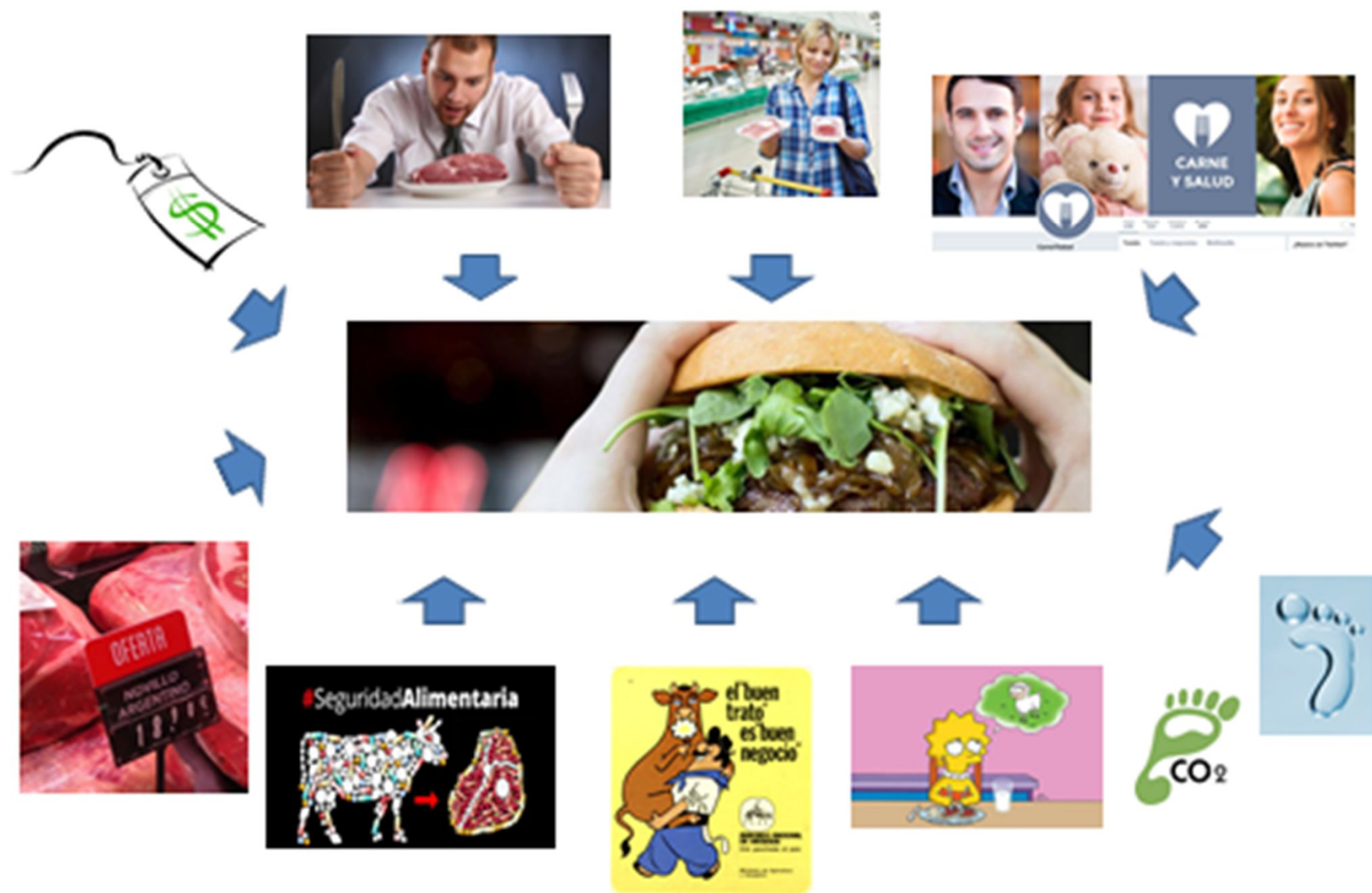
¿Ha realizado algún cambio en sus hábitos de compra de carne vacuna por el aumento de precio?



Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

¿ Qué buscan los consumidores hoy en día?

Creciente complejidad en las decisiones que definen la compra de carne





SOCIEDAD

Radiografía del mundo millennial en Argentina: poco interés en la religión y en estudiar y terminar una carrera

Qué piensan y cómo consumen y se informan los jóvenes entre los 18 y los 30 años

13 de diciembre de 2017

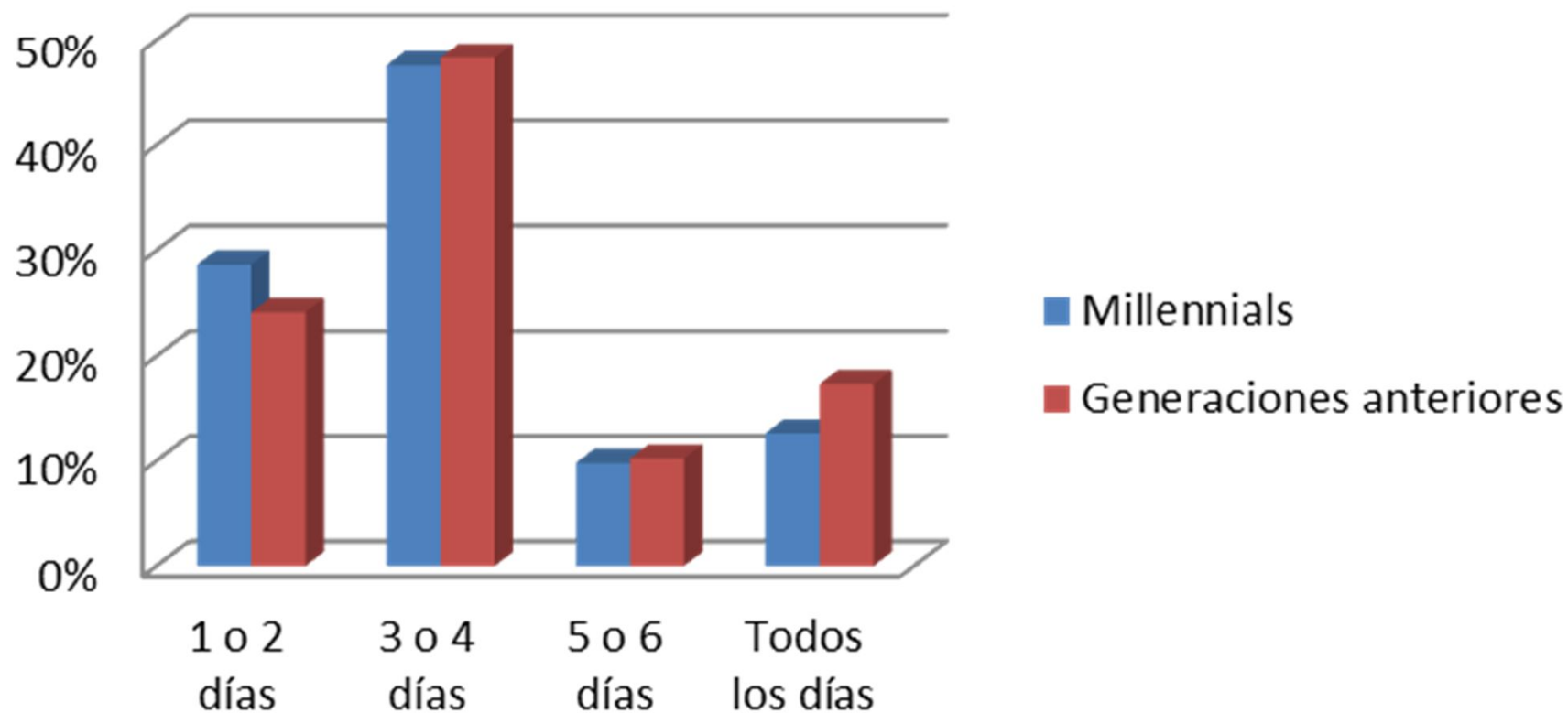
 [Compartir en Facebook](#)

 [Compartir en Twitter](#)



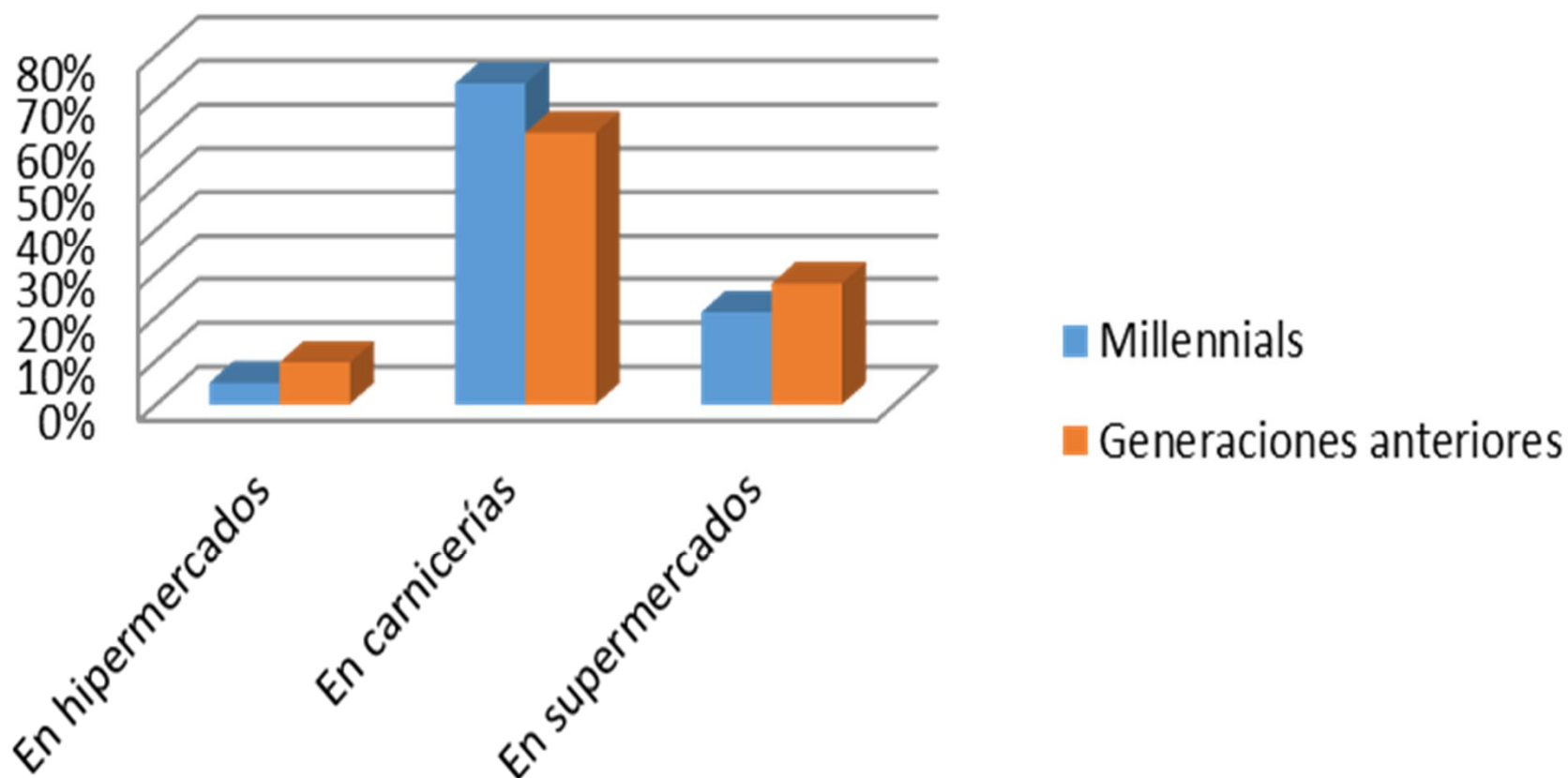
(Archivo)

¿Cuántas veces a la semana consume carne vacuna?



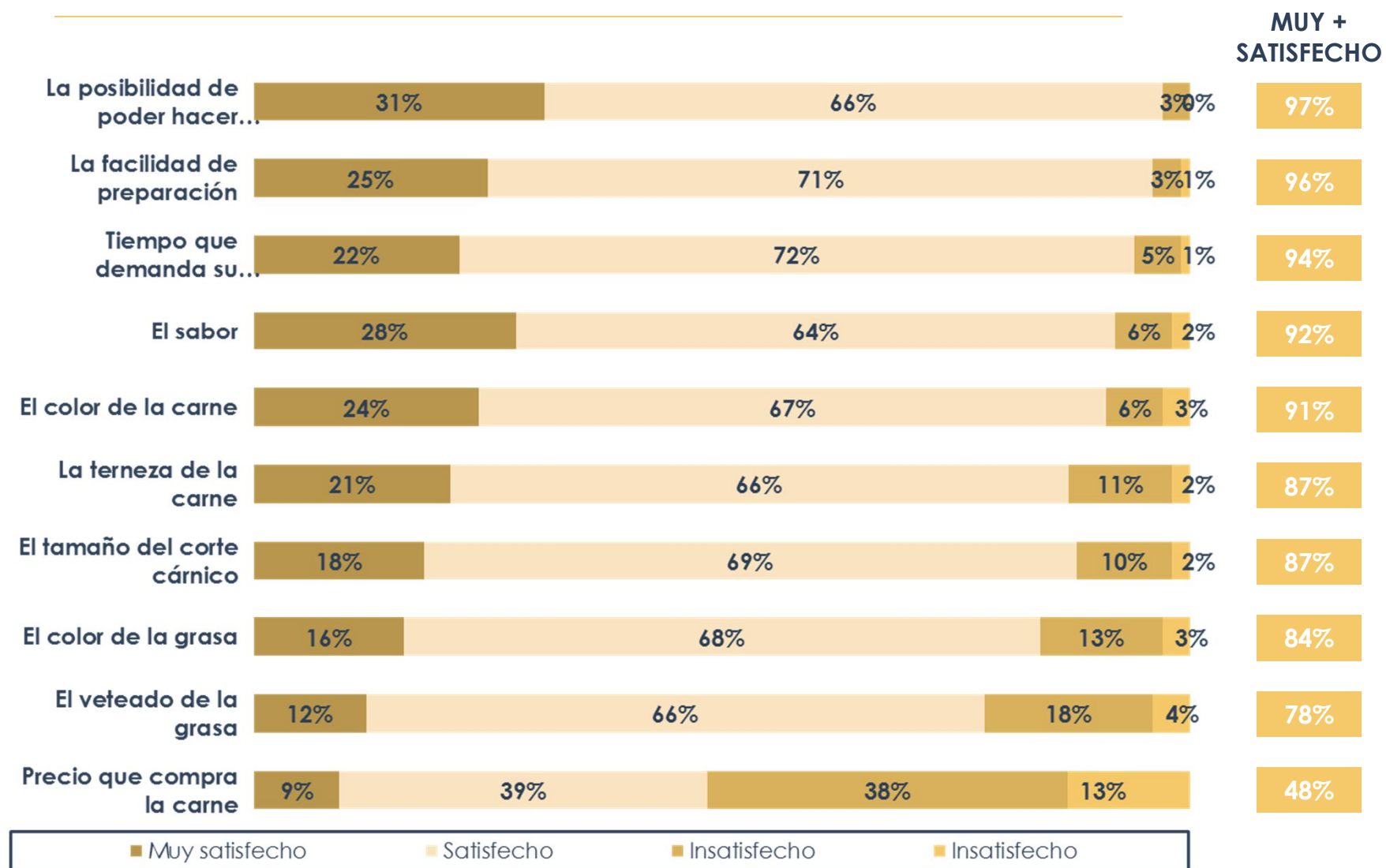
Fuente: IPCVA, Julio 2018. Base muestral 954 casos. Exposición Rural Palermo 2018

¿Compra habitualmente en los siguientes comercios?



Fuente: IPCVA, Julio 2018. Base muestral 954 casos. Exposición Rural Palermo 2018

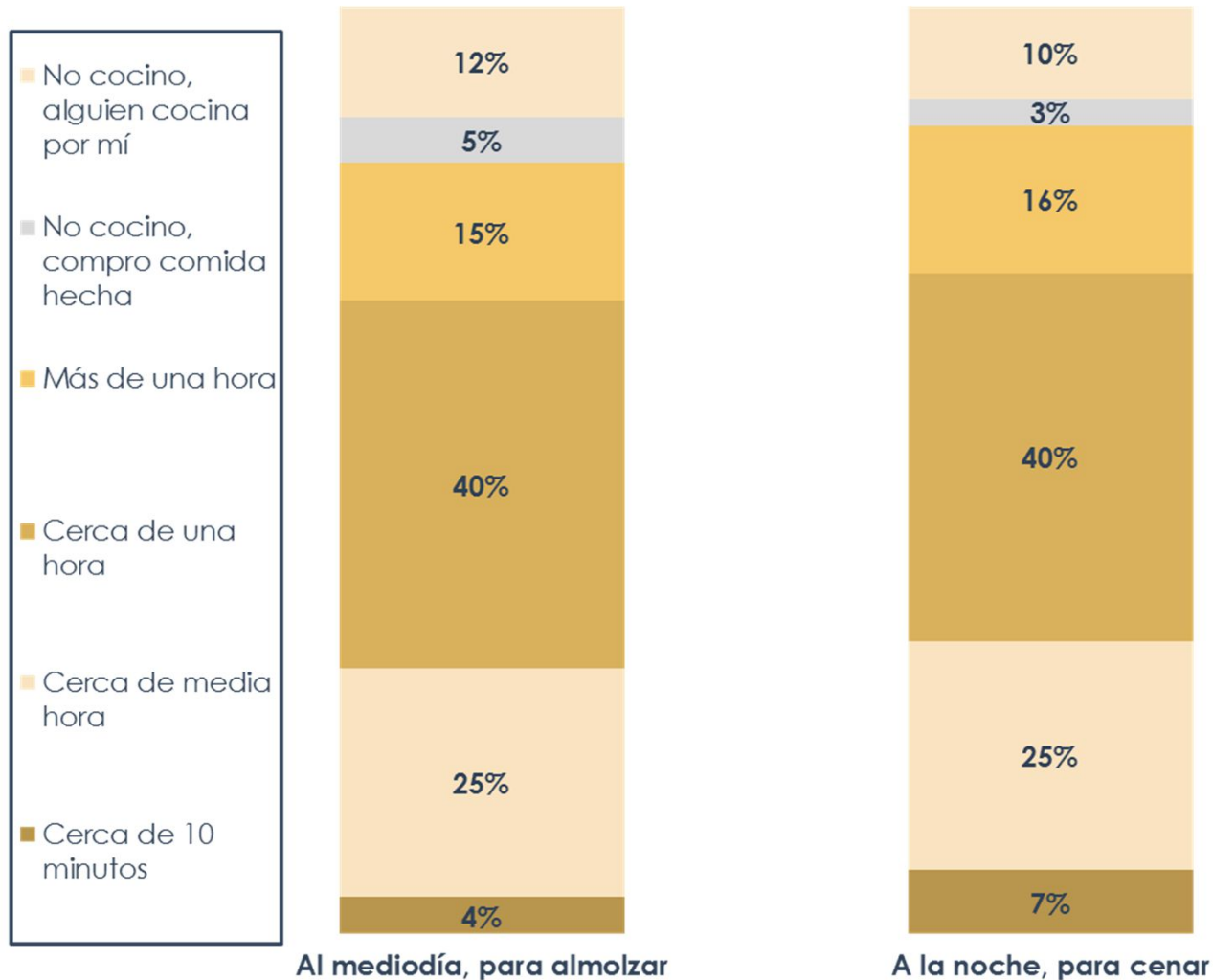
¿ Cual es el nivel de satisfacción del consumidor argentino respecto a los siguientes aspectos durante la compra de carne vacuna?



Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

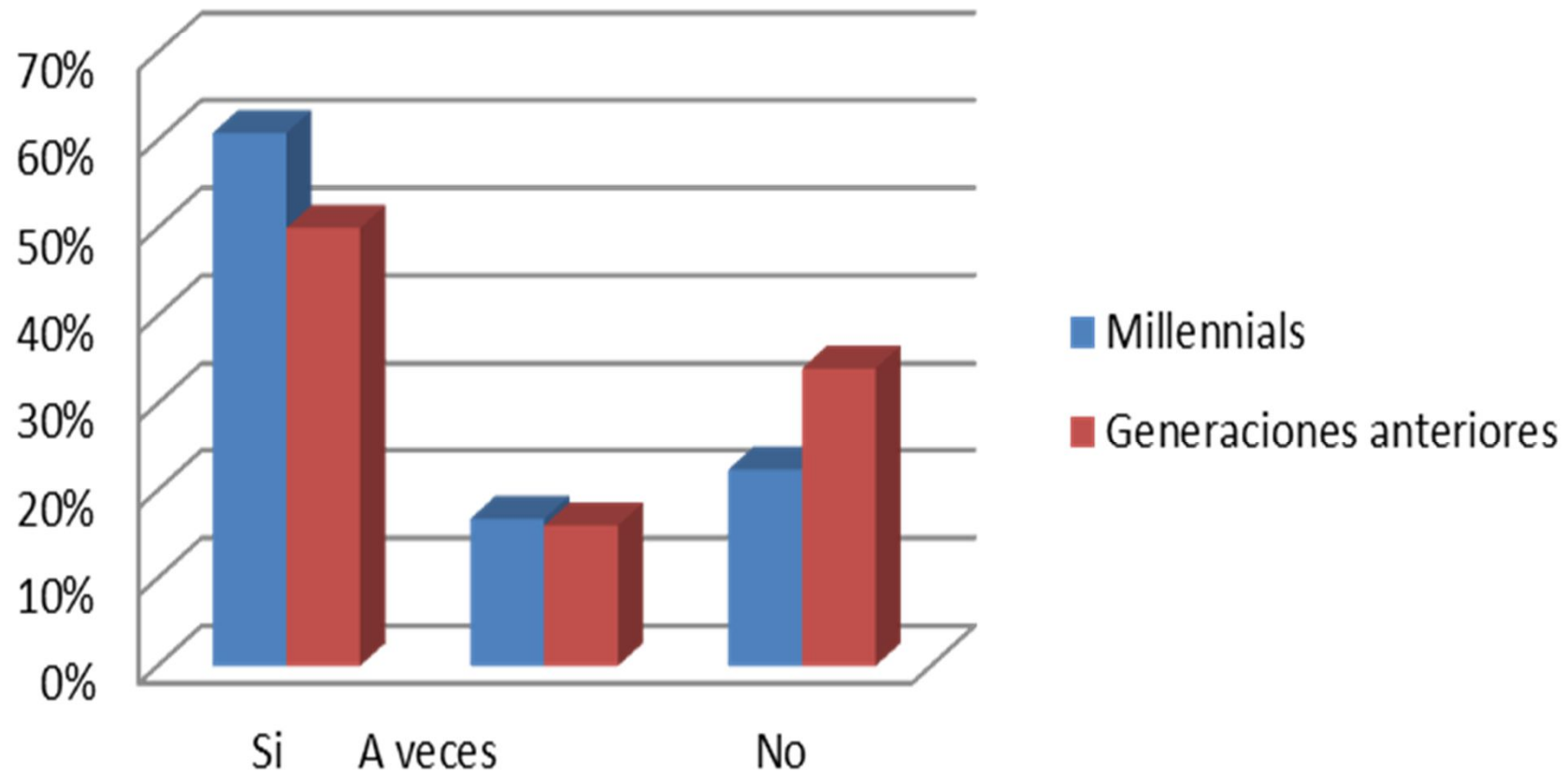
La gente cada vez invierte menos tiempo en la cocina...

TIEMPO EMPLEADO PARA COCINAR ALMUERZO VS CENA



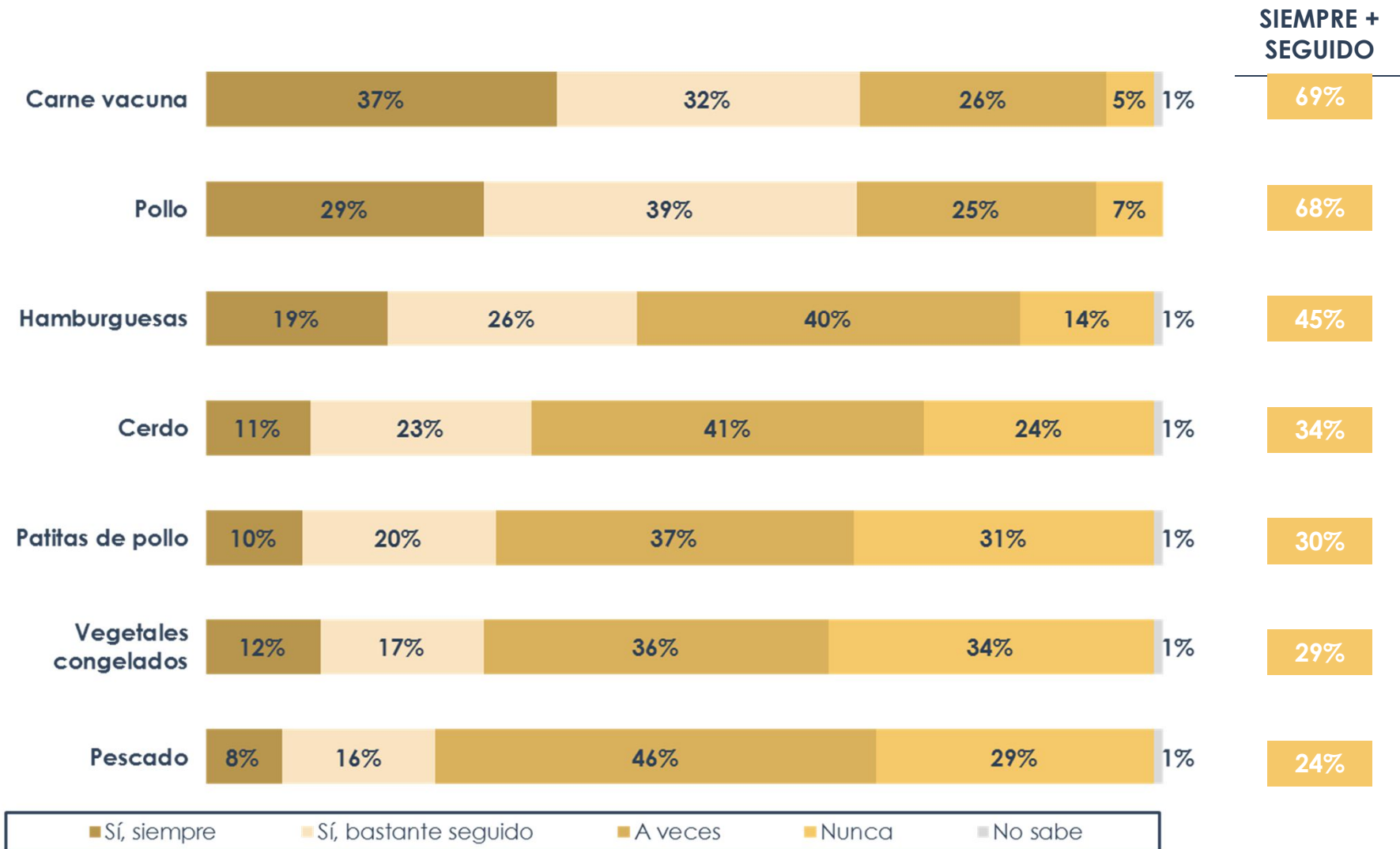
Fuente: IPCVA, 2018

¿Tiene el hábito de freezar la carne vacuna?



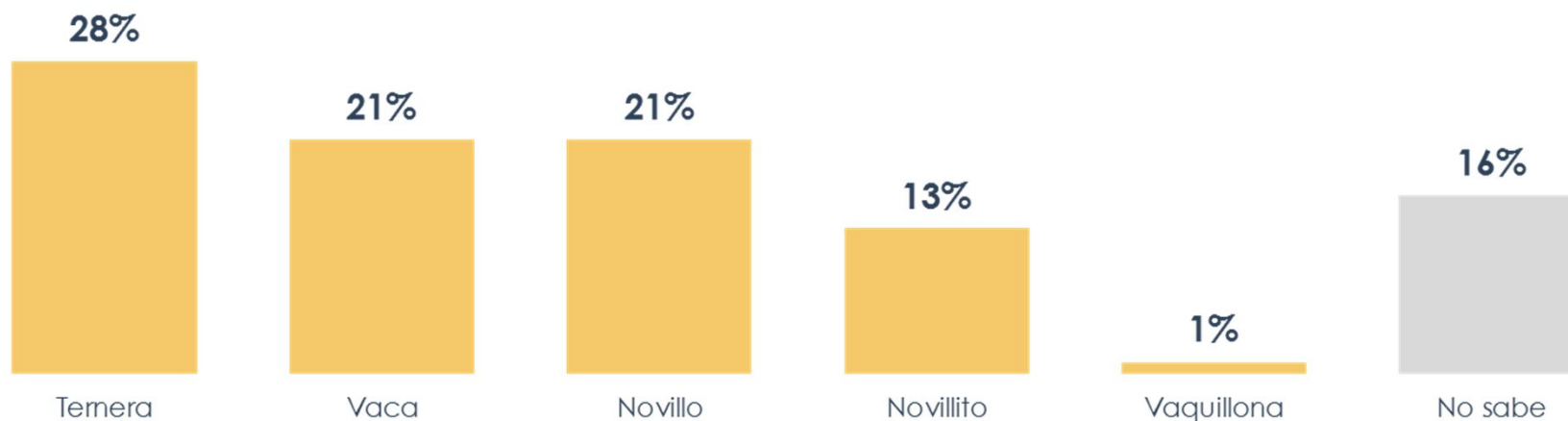
Fuente: IPCVA, Julio 2018. Base muestral 954 casos. Exposición Rural Palermo 2018

¿Cuáles son los alimentos que más se tienen en el freezer?



Fuente: IPCVA, Panel On Line. Octubre 2018. Base muestral 1200 casos

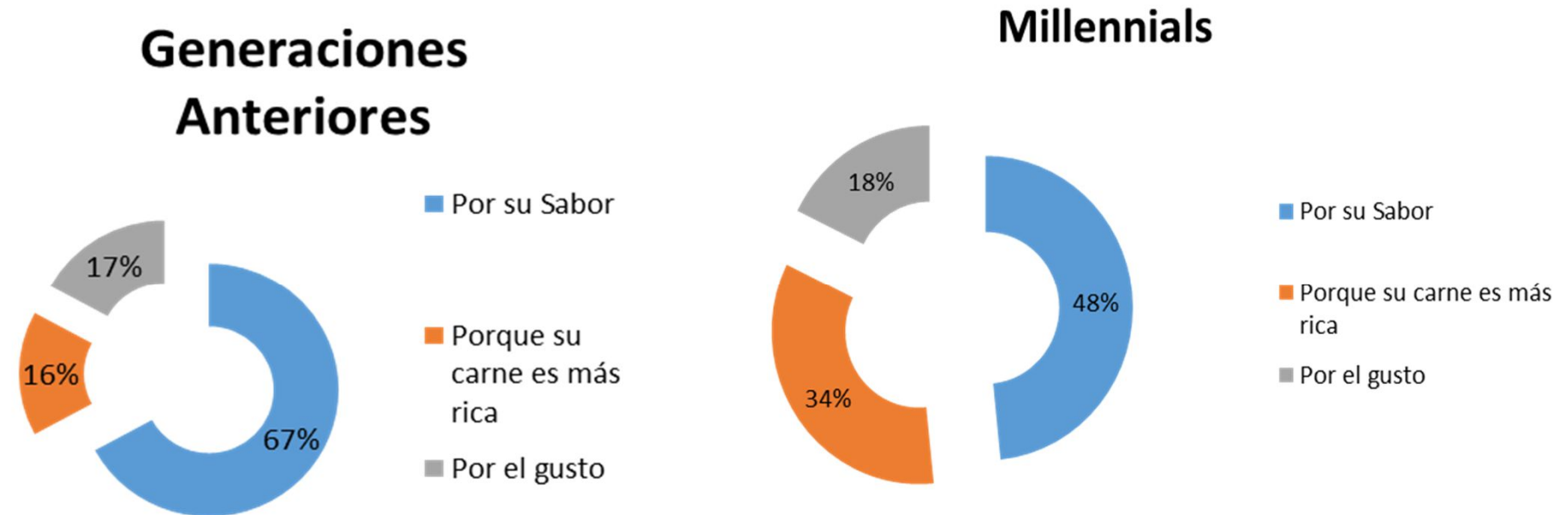
¿ Que tipo de carne vacuna consume mayormente?



El desconocimiento sobre el tipo de carne consumida aumenta en los más jóvenes

	GÉNERO		EDAD			NSE				ZONA		
	F	M	18 a 35	36 a 50	>50	ABC1	C2	C3	D1/D2	CABA	GBA	INTERIOR
Ternera	30%	25%	22%	34%	31%	35%	30%	25%	27%	37%	30%	26%
Vaca	21%	20%	33%	15%	6%	13%	17%	19%	25%	21%	18%	21%
Novillo	20%	24%	14%	23%	31%	20%	19%	25%	20%	13%	21%	23%
Novillito	10%	16%	8%	10%	23%	15%	16%	13%	11%	12%	14%	13%
Vaquillona	0%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	1%	1%	3%	1%	2%
No sabe	19%	13%	23%	16%	6%	14%	16%	17%	16%	14%	17%	16%

¿Por qué cree Ud. que se destaca la carne de novillo especial para hacer un Asado?



Conclusión: La promoción dirigida a los millennials no necesariamente va a tener que usar los mismos mensajes que pueden llegar a tener impacto en las generaciones anteriores.

Fuente: IPCVA, 2018. Base muestral: 554 encuestas realizadas en Seguí (Entre Ríos), Tres Arroyos (Buenos Aires), Viedma (Rio Negro) y Cruz del Eje (Córdoba)

La importancia de la creatividad aplicada a los medios y formatos en los que viven los millenials...



NEWS

Meat institute launches new MyMeatUp app

First-of-its-kind app simplifies shopping for meat.

Jan 24, 2017



The North American Meat Institute (NAMI) unveiled today the first-of-its-kind mobile app aimed at helping consumers become more confident when buying meat and poultry. The free MyMeatUp app is the only available app with a full guide to beef, pork, lamb and veal retail meat cuts and draws on content from www.MyMeatUp.org, a resource launched in 2016.

Es seguro | https://www.facebook.com/pg/MyBeefCheckoff/community/?ref=page_internal

Acceder rápido a una página, arrástrala a esta barra de marcadores. [Importar marcadores ahora...](#)

Funded by the Beef Checkoff.

My Beef Checkoff
@MyBeefCheckoff

- Inicio
- Información
- Community Guidelines
- Fotos
- Eventos
- Twitter
- YouTube
- Videos
- Publicaciones
- Comunidad

Me gusta Compartir ...

to reach more millennials. Keep up the great work: Missouri Beef Council, Michigan Beef Industry, Illinois Beef Association, Iowa Beef Council, Nebraska Beef Council and Kansas Beef Council!



Beef council campaign reaches more than a million millennials

An ongoing video promotion funded by six state beef councils, including Kansas, has gained broad exposure with millennials, the beef industry's primary target.

The health of your business

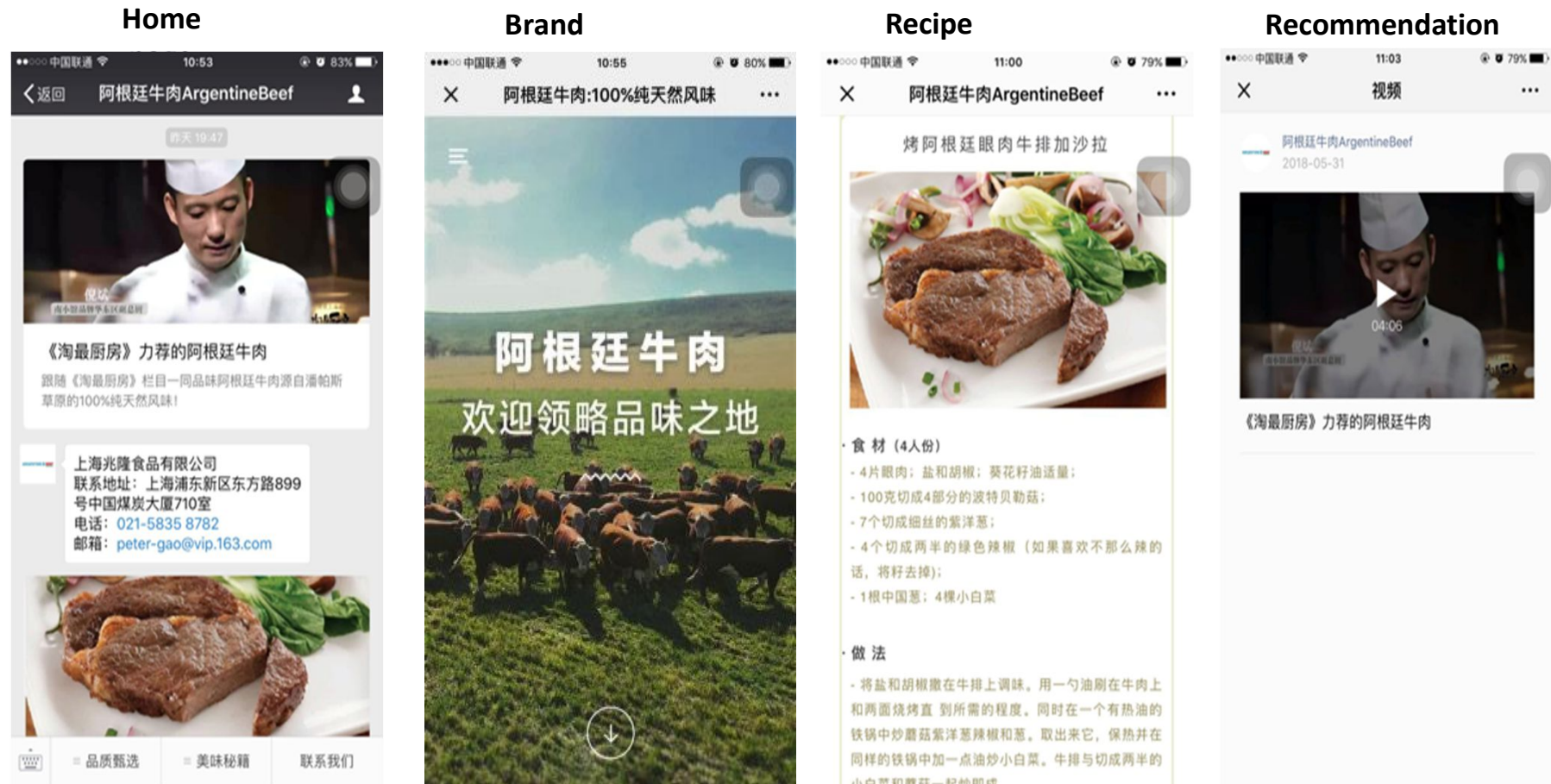
LEARN MORE

CHS HANSEN
improving food & health

BioPlus[®]

Argentina beef WeChat platform

Emphasis on education and production systems



- Has 3 sections under it: brand story, recipe and contact us
- Talks about the environment and beef producing and processing systems to present the image of high quality and safe beef
- Provides different recipes
- Recommendation video of different beef dishes

Source: Argentina beef Wechat platform

La importancia de buscar una conexión emocional con la gente

El ejemplo del Beef Checkoff de EEUU

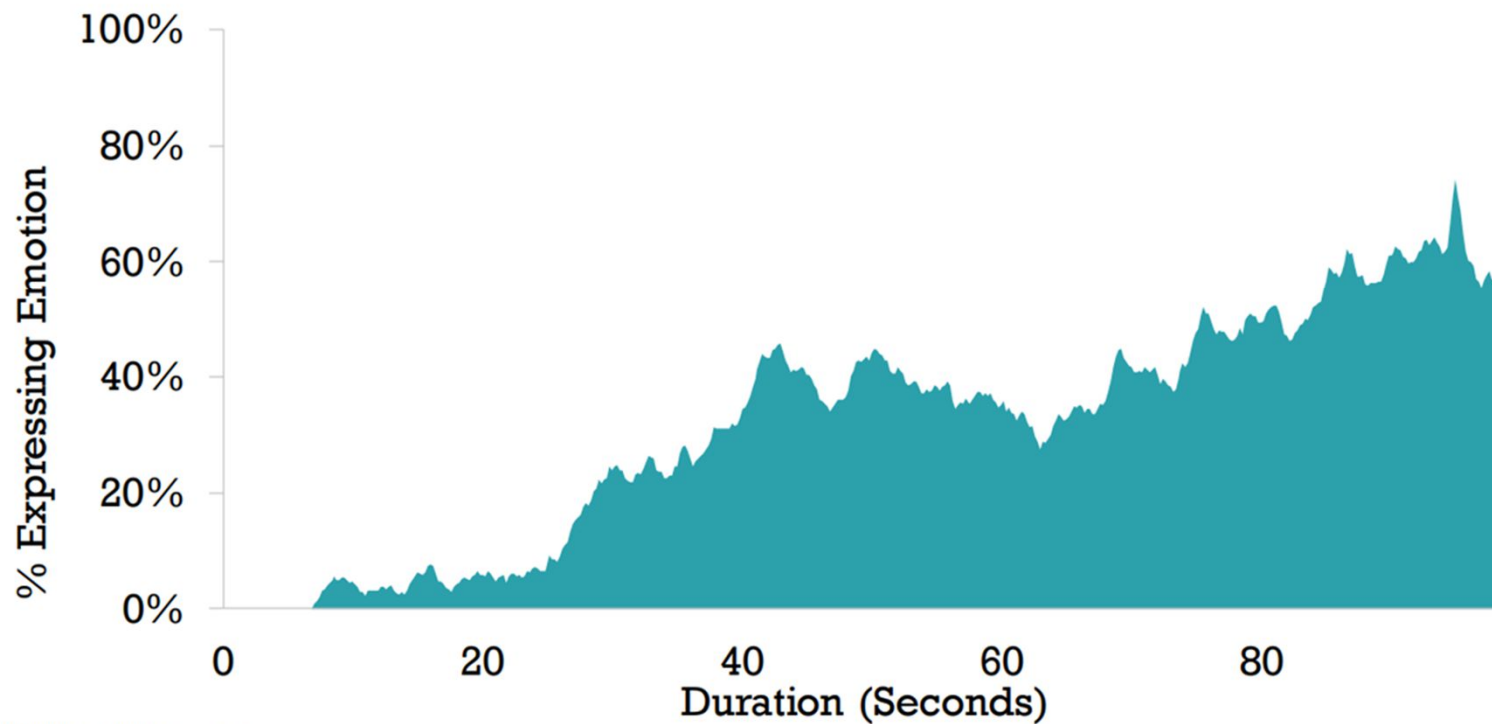
(la tecnología cautiva a los más jóvenes que además quieren Saber como es la forma de producción...)



En este caso se ha medido la emoción que sienten los consumidores Al mirar el video y la misma se incrementa hacia el final...

Rethink the Ranch – Anthem Video

Strong emotion generated...



Source: Rethink the Ranch Video Assessment

¿ Qué es lo más importante para Usted de los siguientes productos?



Fuente: IPCVA, Julio 2018. Base muestral 954 casos. Exposición Rural Palermo 2018

¿Hacia donde se dirige el consumo de los más jóvenes y sus implicancias?



"La carne cultivada en laboratorio no es carne": Missouri, EEUU, es el primer estado en regular la palabra "carne"



8 - Actualizado 11 Septiembre 2018, 16:59

80 COMENTARIOS



**Hay que transitar el camino correcto...
Pensemos en el camino que asegura estar en
sintonía con los consumidores actuales**



**Gracias por su
atención !!**

Adrian Bifaretti
a.bifaretti@ipcva.com.ar

