

# ***La mirada cualitativa de los estudios de mercado: ¿qué hay más allá de los precios relativos?***

Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti  
Jefe Departamento de Promoción Interna  
Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina.

Seminario Regional Ganadería y Compromiso  
Santa Fé  
18 de abril de 2013



Recuperar mi contraseña



Yo Informo



Comunidades



Usuarios

NOTICIAS

CIUDADANOS

OPINIÓN

MUNDO D

VOS

LA VOZ 365

CLASIFICADOS

SERVICIOS

Ciudadanos

Consumo | Pollo

## El pollo cuesta dos veces menos que la carne y crece el consumo

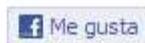
Las familias lo utilizan con mayor frecuencia ya que es más económico. El kilo sale entre 10 y 14 pesos. La venta de carne vacuna bajó casi 15 por ciento en un año.

04/09/2011 00:01 , por *Natalia García*

7



5



Fotos (1)



Dis

DESC

QUE HEL

PARA V

f FACEBOO

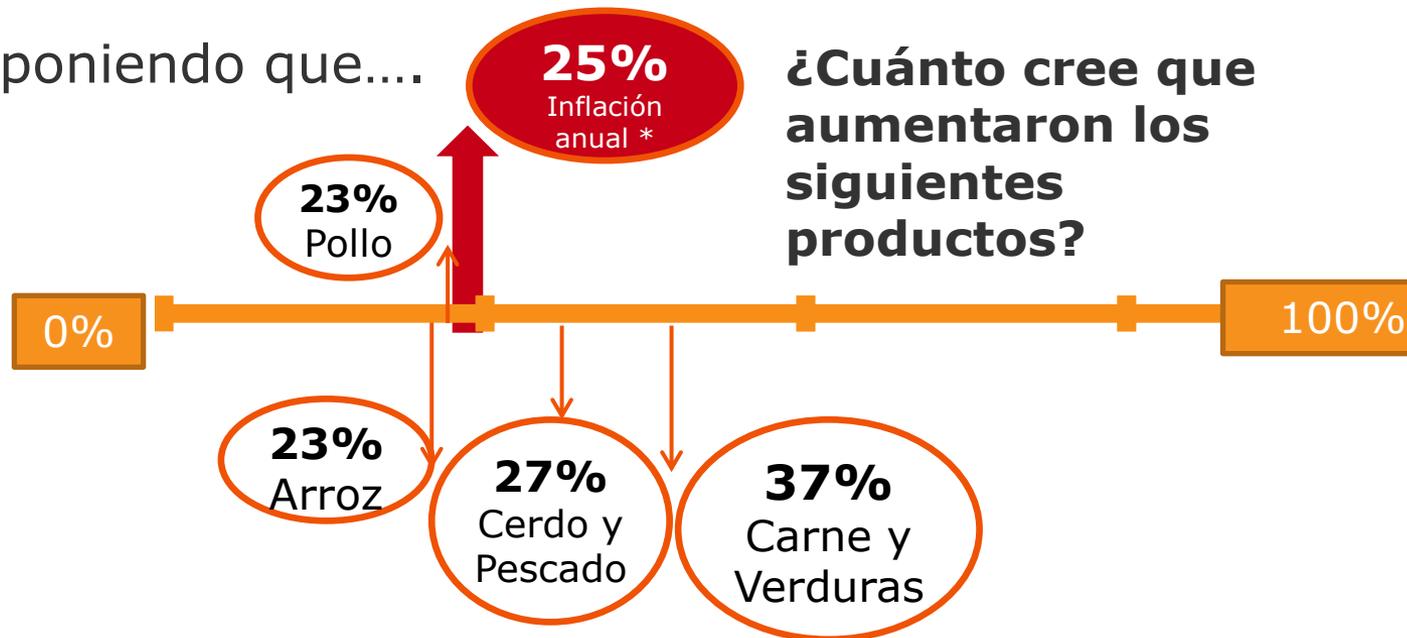
Ciudadano



Un frente de  
Punilla | Hasta  
zona estaba co  
focos dependia

La larga noche  
Regino Maders  
los principales  
conectación a

Suponiendo que....



- La percepción de los aumentos de Carne Vacuna y verduras son Superiores (37%) a la referencia de la Inflación anual (25%).
- Por el contrario, el aumento del Pollo (23%) se supone levemente inferior a la misma referencia.

# Los caminos de crecimiento del cerdo...

HOY

CRECE LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DE CARNE PORCINA EN LA PROVINCIA

Hora: 09:28

—La carne porcina logró arraigarse en la mesa de los entrerrianos y su consumo está en franco crecimiento • En los últimos tres años muchos clientes se volcaron a adquirir diferentes cortes y en algunas localidades hablan de un incremento de la venta de hasta el 60% • Y proporcionalmente, la producción entrerriana en esta actividad fue la de mayor crecimiento a nivel país durante el mismo lapso de tiempo

Tweet 0 Share 0 +1 0

De acuerdo a las cifras aportadas por el Ministerio de la Producción de Entre Ríos, la provincia cuenta en la actualidad con 6.000 madres en producción, 70 granjas registradas de importancia comercial, dos establecimientos frigoríficos de tráfico federal y 14 frigoríficos con habilitación comercial. Si a eso se le agregan las 40 fábricas de chacinados que existen, el complejo agroindustrial porcino entrerriano tiene todavía un amplio margen de crecimiento.



Encuestas

¿Cómo será el 2012, con respecto al 2011?

Igual

Mejor

Web Sitio [Busqueda Personalizada]

GRANDI Y ASOCIADOS  
SOFTWARE EN SISTEMAS E INFORMATICA SAS

Software Gestión Comercial para PYMES  
Su elección - Nuestra Acción

www.grandiyasociados.com

Bloomberg.com

VALOR local Valor Local  
Me gusta

A 258 personas les gusta Valor Local.

STOP tracking

EMPRESA ENTRERRIANA EXPORTÓ 93 TONELADAS DE ARENA A CHILE

EMPRESA ENTRERRIANA EXPORTÓ 93 TONELADAS DE ARENA A CHILE

HABRÁ INCENTIVOS FISCALES PARA EMPRESAS QUE CAPACITEN A SUS

# Los caminos de crecimiento del cerdo...

- Marina, empleada de una carnicería de Villa Elisa manifestó que “la gente come mucho más que antes este tipo de alimento, sobre todo en los últimos años. La cuestión no tiene que ver con que sea más económica que la carne vacuna, porque el precio no varía mucho”, dijo, y opinó que “tiene que ver con la recomendación de especialistas a nivel nacional sobre lo saludable que es consumir los distintos cortes de cerdo”.

# Los caminos de crecimiento del cerdo...

- En tanto, desde un comercio del rubro ubicado en Paraná, Víctor manifestó que los clientes lo buscan porque la calidad de la carne de este animal mejoró mucho de acuerdo al sistema de crianza y la alimentación. “Hoy no encontrás carne de cerdo excedida en grasa”, ejemplificó.

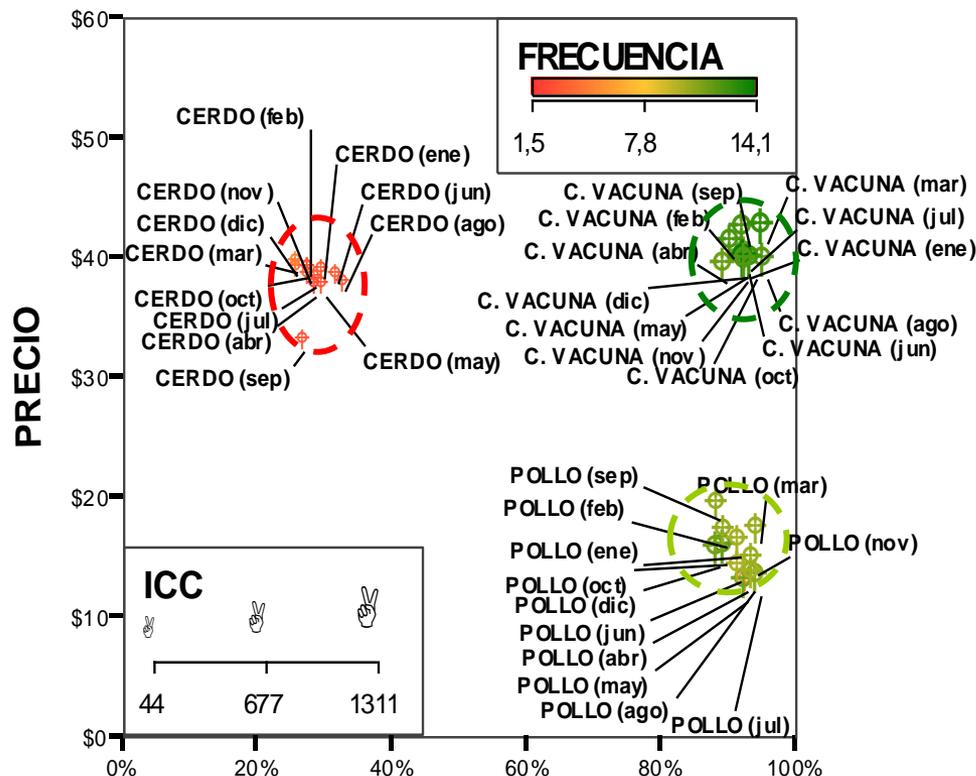
# La carrera por la sustitución en el último año



# Resumen de hábitos de consumo de Carnes

## Precio Auditado/ Consumo Último Mes/ Frecuencia Mensual De Consumo

### Tendencia Abril 2012/ Marzo 2013



[Cliquee aquí \(\\*\)](#) para ver la evolución de tendencia en movimiento

CARNE	PRECIO AUDIT.	CONSUMO ULT. MES	FRECUECIA CONS. MENS.	ICC (**)
C. VACUNA (abr)	\$ 37,80	90%	11,6	1044
C. VACUNA (may)	\$ 38,20	93%	12,2	1131
C. VACUNA (jun)	\$ 38,70	93%	11,7	1088
C. VACUNA (jul)	\$ 38,70	93%	11,1	1032
C. VACUNA (ago)	\$ 38,20	96%	12,0	1152
C. VACUNA (sep)	\$ 40,85	93%	12,4	1153
C. VACUNA (oct)	\$ 38,20	94%	12,8	1203
C. VACUNA (nov)	\$ 38,10	93%	12,2	1135
C. VACUNA (dic)	\$ 38,20	93%	14,1	1311
C. VACUNA (ene)	\$ 38,40	93%	12,2	1135
C. VACUNA (feb)	\$ 39,80	91%	12,4	1128
C. VACUNA (mar)	\$ 41,00	96%	13,0	1251
POLLO (abr)	\$ 12,10	93%	5,4	502
POLLO (may)	\$ 11,50	93%	11,4	1064
POLLO (jun)	\$ 12,80	92%	9,9	911
POLLO (jul)	\$ 11,90	95%	10,7	1017
POLLO (ago)	\$ 12,20	94%	10,1	953
POLLO (sep)	\$ 18,13	89%	10,6	946
POLLO (oct)	\$ 14,40	90%	11,8	1062
POLLO (nov)	\$ 13,50	94%	10,4	978
POLLO (dic)	\$ 14,20	89%	11,3	1006
POLLO (ene)	\$ 14,90	92%	10,2	938
POLLO (feb)	\$ 15,80	90%	10,5	945
POLLO (mar)	\$ 15,95	95%	10,5	993
CERDO (abr)	\$ 36,90	29%	1,5	44
CERDO (may)	\$ 36,90	30%	2,9	86
CERDO (jun)	\$ 37,60	32%	3,2	102
CERDO (jul)	\$ 37,40	29%	3,1	90
CERDO (ago)	\$ 37,10	33%	3,2	107
CERDO (sep)	\$ 32,20	27%	3,0	81
CERDO (oct)	\$ 38,30	28%	3,3	92
CERDO (nov)	\$ 37,70	28%	3,6	101
CERDO (dic)	\$ 38,20	26%	3,8	99
CERDO (ene)	\$ 38,10	30%	3,2	96
CERDO (feb)	\$ 38,30	28%	3,0	84
CERDO (mar)	\$ 38,74	26%	4,8	125



TNS Informe

©TNS 2012



Fuente: Estudio Pricing (Precio Auditado) & Monitoreo de Consumo – Base AMBA (% Consumo & Frecuencia de Consumo)  
 (\*\*) Índice de Consumo de Carnes = % Consumo \* Frecuencia \* 100

# La dinámica de la carne y de los cortes cárnicos



# Consumo de Cortes Vacunos por segmentos

	TOTAL	NSE		ZONA		
		C2C3	DE	CF	GBA	INTERIOR
Asado de tira/ Costillar	44%	44%	42%	38%	37%	47%
Picada especial	35%	35%	35%	40%	35%	35%
Picada común	33%	26%	39%	21%	30%	36%
Nalga	29%	32%	27%	28%	27%	30%
Cuadrada	26%	26%	27%	27%	32%	24%
Vacío	23%	28%	18%	26%	14%	26%
Paleta	22%	21%	23%	27%	33%	17%
Bola de Lomo	21%	23%	19%	17%	21%	21%
Cuadril	20%	25%	17%	31%	24%	17%
Osobuco	19%	11%	25%	10%	27%	18%
Roast Beef/ Aguja	19%	13%	23%	24%	28%	15%
Bife Ancho	15%	16%	16%	18%	20%	13%
Falda	11%	10%	13%	4%	11%	12%
Bife Angosto	10%	13%	7%	20%	13%	7%
Peceto	10%	15%	5%	10%	7%	11%
Tapa de asado	10%	15%	7%	17%	8%	10%
Matambre	9%	13%	6%	6%	7%	10%
Carnaza común	8%	5%	9%	2%	14%	6%
Lomo	7%	8%	5%	9%	6%	6%
Colita de Cuadril	6%	8%	5%	10%	6%	6%
Hamburguesas Congeladas	6%	9%	5%	15%	6%	6%
Tapa de Nalga	6%	8%	5%	9%	2%	7%
Tortuguita	6%	8%	5%	5%	8%	5%
Hamburguesas tipo Caseras	5%	5%	6%	6%	4%	6%
		223	314	112	169	275

- El interior consume más Asado de tira y Picada común.
- En GBA es más consumida la Paleta, Osobuco y Carnaza común. Mientras que en CF consume más Cuadril, Bife angosto, Tapa de asado y Hamburguesas congeladas.
- En cuanto a la distribución por NSE:
  - El segmento C2C3 CONSUME MÁS Vacío y Cuadril.
  - El segmento DE consume más Picada común, Osobuco y Roast Beef.



Principales variaciones por segmentos.

P15. ¿Cuáles de los siguientes cortes de carne vacuna han consumido en su hogar en el último mes? MOSTRAR TARJETA – RESP. MÚLTIPLES



**TNS Informe**

©TNS 2012

Bases: Consumidores de carne vacuna en el último mes (556 casos)

Nota: Se excluye el segmento ABC por base insuficiente

Nota: Los datos resaltados en verde corresponden a valores que aumentan o disminuyen de acuerdo a las diferencias estadísticas



[Informe oficial](#)

# Se elevó el consumo de carne por la estabilidad del precio

Me gusta 0

Empresarios del rubro aseguraron que el consumo anual por habitante, medido en kilos, se recuperó desde los 58, de 2010, hasta los 60,2 actuales, y pronostican que llegará a 70. El precio del novillo se mantuvo estable durante un año.

Lunes 18 de Marzo de 2013 | 11:09 Hs.

Comentá

Foto



Santa Fe | Lunes 08 de abril de 2013 | 11:02 hs

T: 13° H: 77% - Cima extendido

Ingresar | Regístrate

Buscar

## El Litoral.com

Edición Online

Edición Impresa

Todos los Títulos

Ediciones Anteriores

Especiales

Participación

Servicios

Autos El Litoral

Sitios

Contactate

Área Metropolitana

Deportes

Política

Sucesos

Educación

Información General

Santo Tomé

Regionales

Aldea Global

Neurociencias

Política

Edición del Martes 19 de marzo de 2013

Enviar Imprimir

Twitter 0

Me gusta 0

Enviar

+1 0

INFORME DE CICCA

### Leve aumento del consumo de carne

Se ubica en 60 kilos por habitante al año. Constituye un avance del 8,3% anual; pero en relación al máximo alcanzado en febrero de 2008, resulta 12,4% inferior.

De la redacción de El Litoral

economia@ellitoral.com

DyN

El consumo por habitante de carne vacuna se ubicó en febrero en 60,3 kilogramos/año, lo que implica una suba de 8,3 por ciento interanual, indicó un informe de la Cámara de la Industria y Comercio de Carnes y Derivados de la República Argentina (Cicra), que a su vez cuestionó la existencia del congelamiento de precios.

"La mejor muestra de la inexistencia del congelamiento es que la variación de precios de febrero fue de 4,5 por ciento en promedio (tomando las diferentes calidades)", objetó brevemente la entidad.

No obstante el crecimiento interanual en el nivel de consumo de carne, el informe remarcó que el mismo se mantuvo un 12,4 por ciento por debajo del máximo alcanzado en febrero de 2008. "El aumento del consumo interno se produce en detrimento de las exportaciones, cambiando la matriz productiva sectorial y confiriendo a la industria trinitaria al stress tecnológico y a la pérdida de mercados



Edición Impresa

Martes 19 de marzo de 2013

Ver tapa en pdf

Ver edición completa

NUEVOS PLANES slim  
DESDE \$10 POR DIA

PLAN ADELGAZAMIENTO

PLAN MODELADOR

PLAN ANTICELULITIS

PLAN LINFÁTICO

PLAN VIANDAS SLIM

Todo el diario

Secciones

Todos los Títulos

Área Metropolitana



RE/MAX

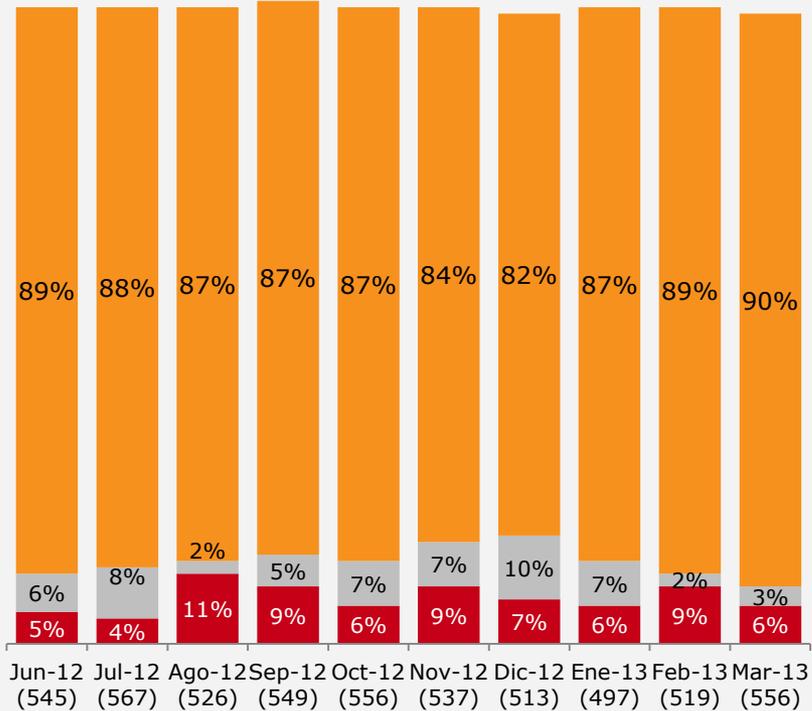
LIDER MUNDIAL  
EN  
SERVICIOS  
INMOBILIARIOS

# Cambios en el Consumo de Cortes Vacunos

## Tendencia desde Junio 2012

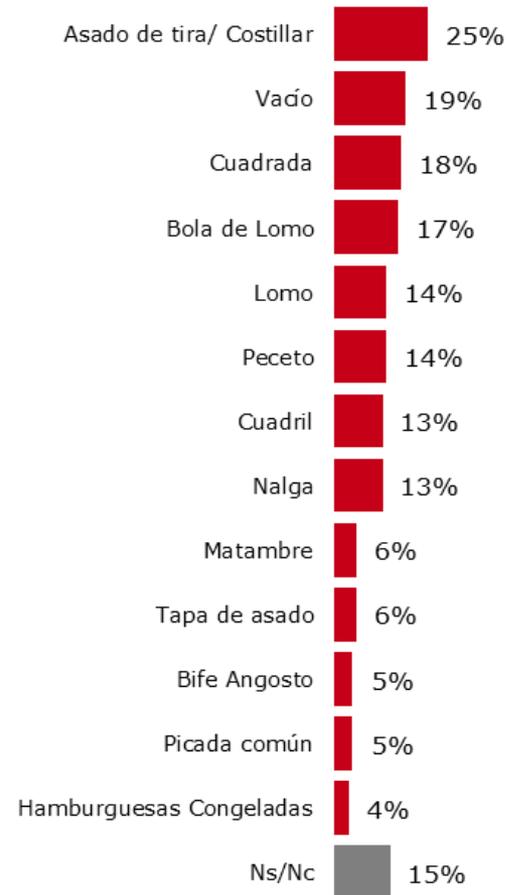
### CONSUMIÓ MENOS ALGÚN CORTE EN EL ÚLTIMO MES

■ SI ■ Ns/Nc ■ NO



Base: consumidores de CV

### CORTES ABANDONADOS / MENOS CONSUMIDOS EN EL ÚLTIMO MES



Base: Quienes consumieron menos de algún corte (33 casos)



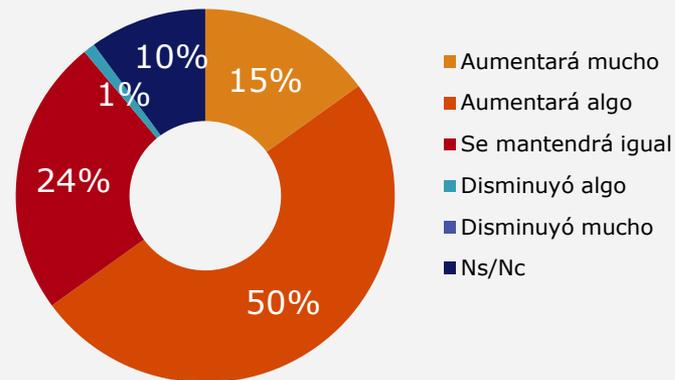
TNS Informe

©TNS 2012

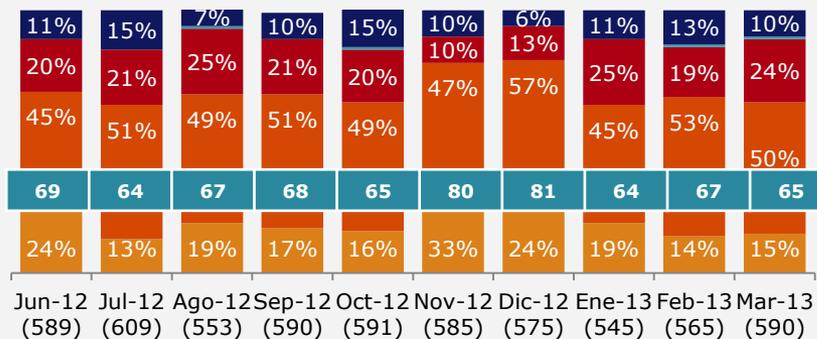


# Percepción y Expectativas de evolución del precio de la carne vacuna

## EVOLUCIÓN PRÓXIMOS 30 DÍAS



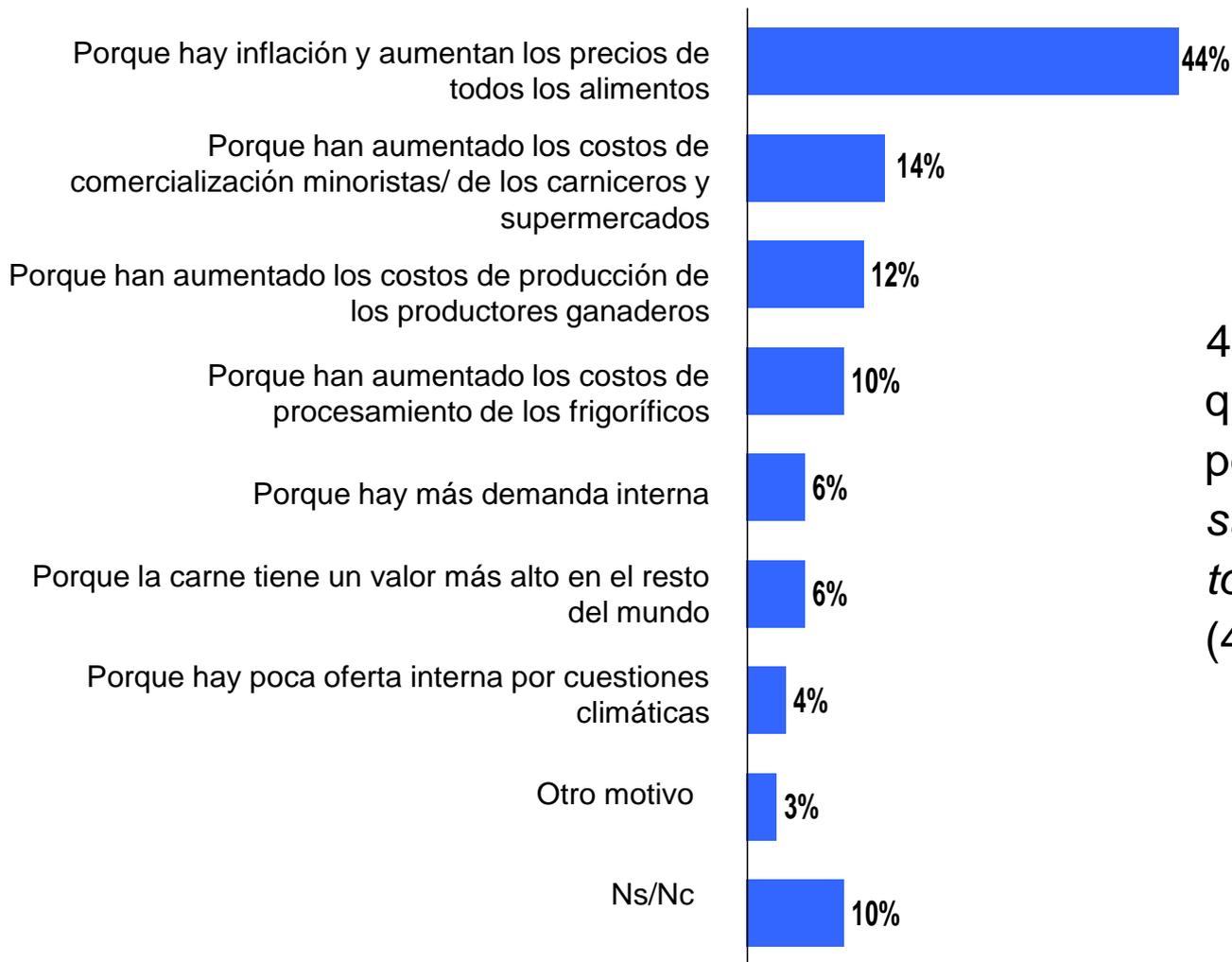
### AUMENTARÁ MUCHO+ALGO: 65%



# ¿ Cómo sigue la película de la carne?

- ¿ Cambiará el posicionamiento de las diferentes carnes en nuevos escenarios inflacionarios?
- ¿ Se modificarán los canales de venta minorista tradicionales?
- ¿Cuánto incide la percepción del consumidor en el comportamiento de compra?
- ¿El cambio en los hábitos de compra y consumo es estructural o coyuntural?

# ¿Porqué cree la gente que aumenta la carne vacuna?



4 de cada 10 responden que la carne aumenta porque *hay inflación y suben los precios de todos los alimentos* (44%).

Bases: Total Muestral (547 casos)

Fuente: IPCVA- TNS-Gallup 2011

¿Por qué subió el precio de la carne vacuna?: **para la mitad** de los entrevistados el motivo principal es la **inflación**

**52%**

Porque hay **inflación** y aumentan los precios de todos los alimentos



• Esta opinión se mantiene independientemente del segmento al que pertenezca el entrevistado.

También porque...

- **20%** opina que es porque aumentaron los **costos de comercialización minoristas/ de los carniceros** y supermercados. Es mayor esta opinión entre los residentes de Capital Federal comparado a Interior ( CF 26% vs 21% Interior)
- **14%** porque aumentaron los costos de producción de los productores ganaderos.
- **13%** porque la carne tiene un valor más alto en el resto del mundo

# AUMENTOS DE PRECIOS

Un **incremento en los precios** siempre es percibido de forma negativa...

- ✓ Sin embargo existen **factores que pueden amortiguar el impacto.**

## MENOR MOLESTIA

- ✓ Aumento gradual.
- ✓ Incremento imperceptible
- ✓ Acompañados de aumentos salariales
- ✓ Cuando se justifica desde la **producción/disminución de la oferta** (inundación, sequía, etc.)

## MAYOR MOLESTIA

- × A fin de año, para las fiestas.
- × Al conocerse la diferencia de precios entre el kilo de animal vivo y el kilo de carne.

## Forma en que se notifican del incremento de precios



Al momento de pagar

KGRO VACIO	KGRO REEF	PECUDO	CHORIZO
PAJERO	CARRO	WPC CERDO	CARRO EOP
TONO	PELLEO	ROTONDA	GALLINA V.
PCAL EOPUM	W. TR. ASADO	AN. PASTORIL	GALLINA P.
PCAL COMBI	MALGA	MOLLE B.	MATAMISE A.
W. UNICO	E. DE LOMO	WUPR	MARRAGUERA
W. ANIZCO	CORREDA	CARCASUM	ASA TONDO
	MATAMISE	ANONCADO	ASA CARNE

Cartelera en PDVs



Medios

Consumo hogareño de carne roja

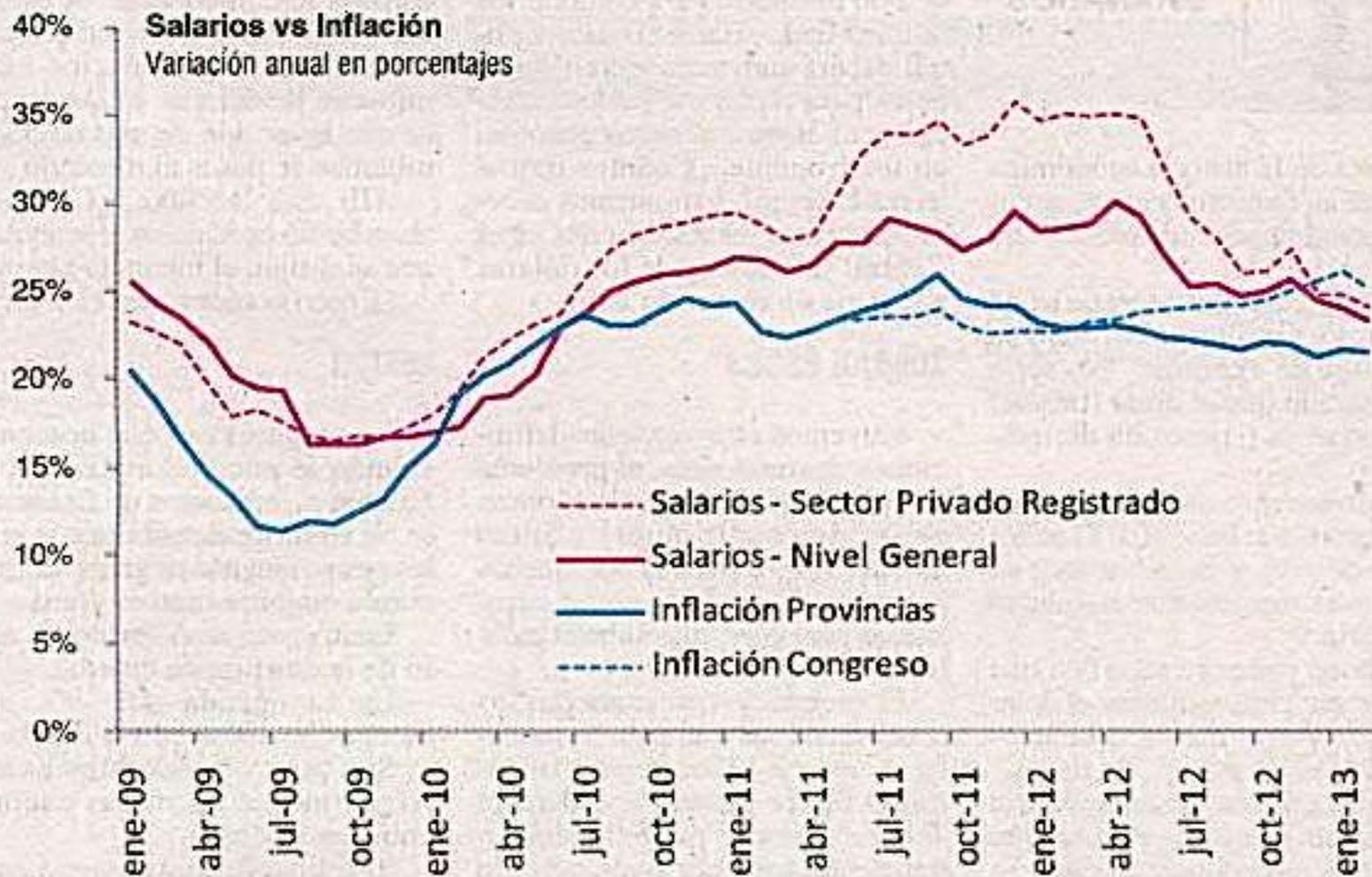
# Baja tolerancia ante un eventual aumento de precio de la carne vacuna

	TOTAL	NSE		ZONA		
		C2C3	DE	CF	GBA	INTERIOR
Me molestaría siempre pagar un incremento del 20% en el precio de la carne vacuna	46%	41%	51%	43%	41%	49%
Si aumentó mi salario y puedo gastar más en carne vacuna	24%	28%	20%	19%	24%	26%
Si el aumento de 20% se traslada a todos los precios de la economía	13%	14%	11%	11%	11%	14%
Si aumentan la misma proporción los precios de las carnes alternativas	7%	8%	7%	8%	9%	6%
Si aumentan los precios de las carnes alternativas y el precio es superior comparado al de la carne vacuna	5%	4%	6%	4%	8%	5%
Otros	1%	1%	1%	1%	1%	1%
No me molestaría en ninguna situación	4%	3%	5%	9%	4%	4%
Ns/Nc	7%	8%	6%	11%	10%	5%
		227	329	135	185	270

23. Si hay un aumento del 20% en el precio de la carne vacuna, en qué situaciones le molestaría menos pagarlo ( RM HASTA 2 RESPUESTAS)

Bases: Total Muestral (590 casos)

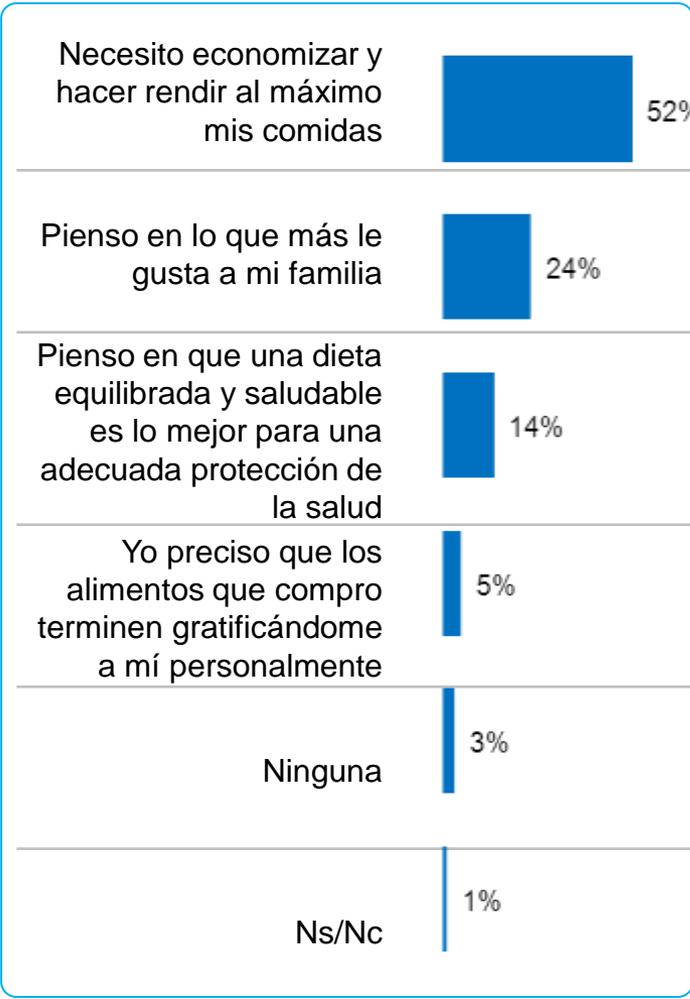
## Nueva caída, a pesar del congelamiento de precios



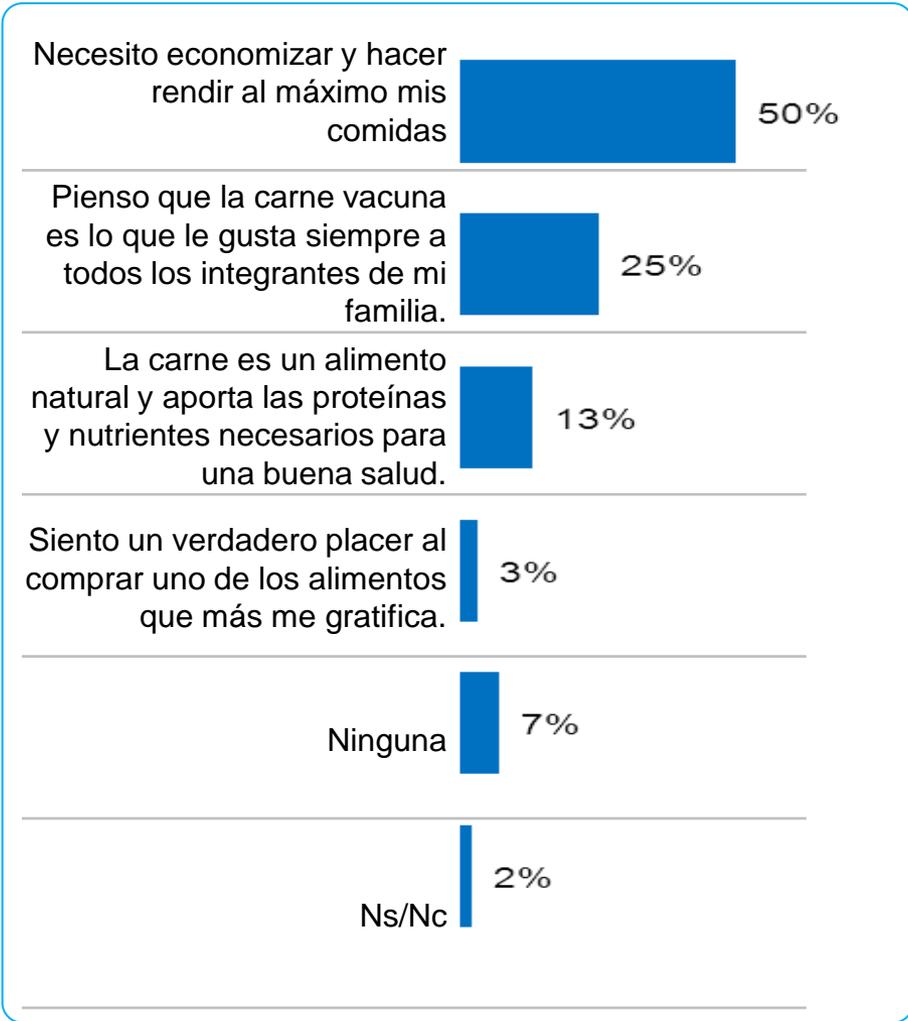
Fuente: Management & Fit Consultora en base a Congreso Nacional, Indec y estadísticas provinciales de precios

# Principales consideraciones a la hora de comprar alimentos en general y Carne Vacuna

## ALIMENTOS EN GRAL



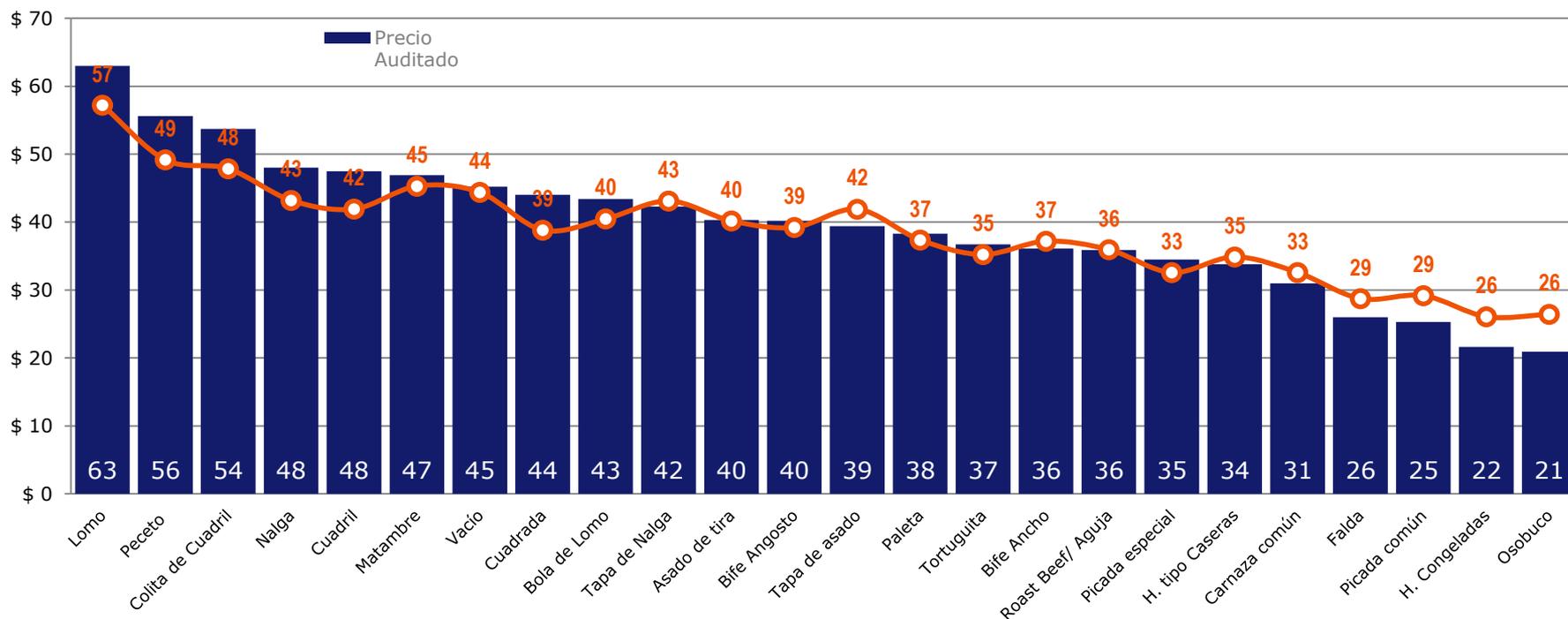
## CARNE VACUNA



# Precio de Carne Vacuna: Comparativo por Cortes

## Precio Auditado Vs. Precio Percibido

### TOTAL AMBA



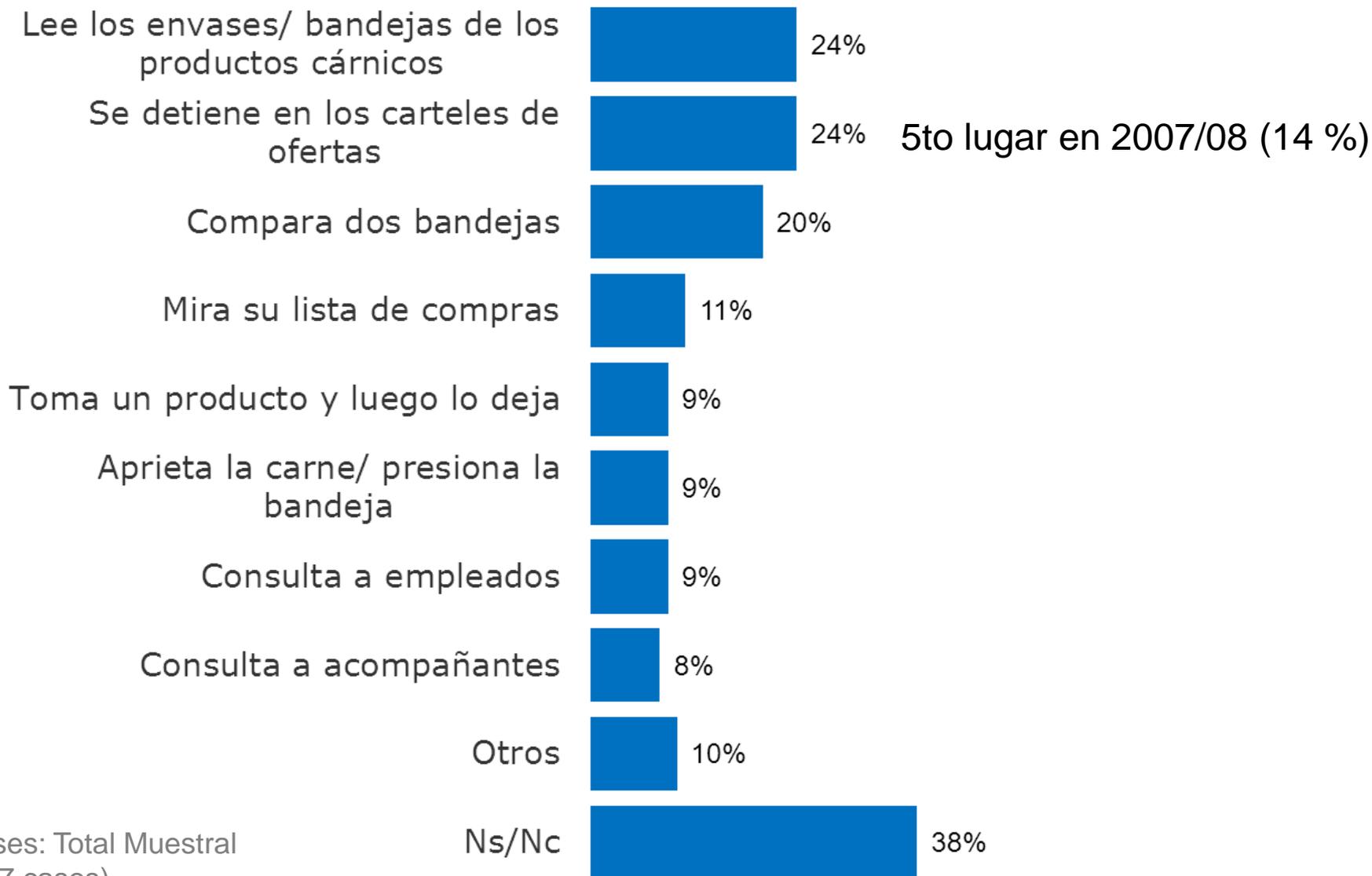
TNS Informe

©TNS 2012



Fuente: Estudio Pricing (Precio Auditado) & Monitoreo de Consumo – Base AMBA (Precio Percibido)

# Acciones que realiza cuando compran en Supermercado



Bases: Total Muestral  
(587 casos)

¿ Cómo será el consumo del futuro?

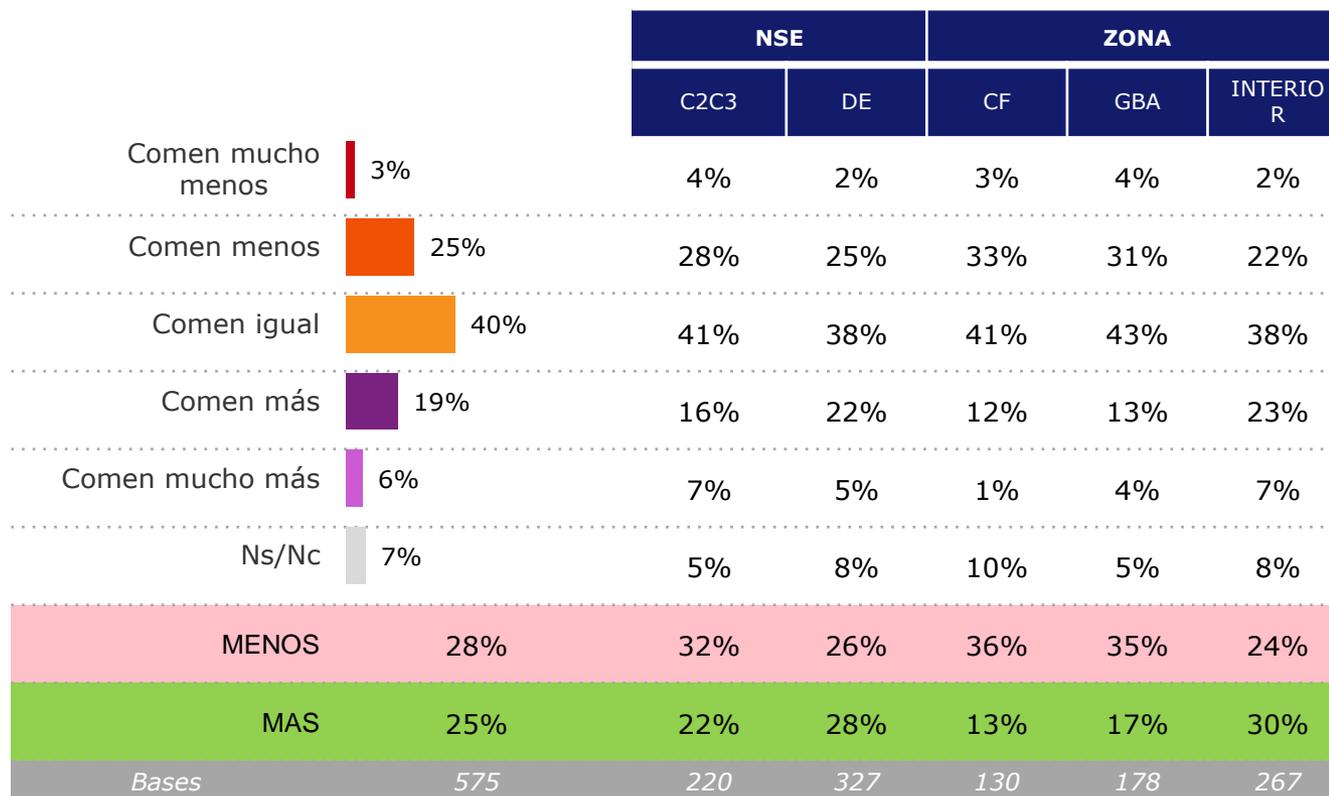
# ¿Los chicos menores de 12 años comen mayor o menor cantidad de carne que Ud. Cuando era chico?

			NSE		ZONA		
			C2C3	DE	CF	GBA	INTERIOR
Comen mucho menos	4%		7%	3%	3%	4%	5%
Comen menos	31%		31%	31%	44%	30%	30%
Comen igual	39%		41%	38%	34%	44%	37%
Comen más	15%		13%	17%	11%	12%	17%
Comen mucho más	4%		3%	4%	0%	5%	3%
Ns/Nc	7%		6%	7%	8%	5%	8%
<b>MENOS</b>	<b>35%</b>		<b>38%</b>	<b>34%</b>	<b>46%</b>	<b>34%</b>	<b>34%</b>
<b>MAS</b>	<b>19%</b>		<b>16%</b>	<b>20%</b>	<b>11%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>
<i>Bases</i>	<i>575</i>		<i>220</i>	<i>327</i>	<i>130</i>	<i>178</i>	<i>267</i>

- 4 de cada 10 entrevistados evaluaron que el consumo entre niños menores de 12 años es igual a cuando ellos tenían esa edad, mientras que un 35% consideran que consumen menos.

45. Pensando en los más chicos menores de 12 años. Piensa que comen mucho menos, menos, igual, más, mucho más carne que Ud. cuando era chico?

# Los adolescentes comen mayor o menor cantidad de carne que Ud. Cuando era adolescentes?



- El 40% de los entrevistados considera que los adolescentes consumen la misma cantidad de carne que ello a su edad y el 28% que consume menos

47. Pensando en los adolescentes. Piensa que comen mucho menos, menos, igual, más, mucho más carne que Usted cuando era adolescente?

# ¿A qué atribuye que los adolescentes consumen menos cantidad de carne?

		NSE		ZONA			
		C2C3	DE	CF	GBA	INTERIOR	
La carne está más cara y no resulta sencilla una mayor incorporación en la dieta	40%	38%	43%	32%	41%	41%	
Los adolescentes comparten cada vez menos los horarios de la comida con los restantes integrantes del hogar y comen comidas sin carne.	27%	32%	19%	31%	19%	30%	
Los adolescentes tienen muchas más alternativas de alimentos competidores y las prefieren.	20%	21%	17%	36%	15%	19%	
Los adolescentes comen cada vez más fuera de su casa.	12%	12%	14%	14%	17%	9%	
El marketing de otros alimentos y su influencia en las decisiones de compra le quitan espacio a la carne vacuna en la dieta de los adolescentes	11%	11%	9%	14%	11%	10%	
Los chicos se cansan de comer carne y buscan comidas sin carne	6%	2%	7%	2%	9%	5%	
La carne es vista como un alimento poco saludable	2%	3%	1%	10%	2%	0%	
La carne es vista como un alimento que engorda.	1%	1%	2%	2%	2%	1%	
Ns/Nc	6%	7%	5%	2%	8%	5%	
48. Los d	Bases	173	72	91	47	63	63

# Claves para el próximo escenario del mercado interno

- *Es imprescindible profundizar el conocimiento del mercado interno...*
- *Estar atentos al nivel de inflación y su incidencia en el poder adquisitivo...*
- *La evolución de los precios relativos de los diferentes productos cárnicos...*
- *Prestar atención a aquellos factores que están modificando para siempre los hábitos de compra y consumo de carnes...*



*Gracias por su atención !!  
Adrian Bifaretti*

Esmeralda 130 Piso 22  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Tel.: 011 - 43288152  
Email: [a.bifaretti@ipcva.com.ar](mailto:a.bifaretti@ipcva.com.ar)  
[www.ipcva.com.ar](http://www.ipcva.com.ar)