

“Mercado Interno, Conquistas y Desafíos”

INAC, Dirección de Contralor del Mercado Interno

6º Congreso del Campo al Plato



Tendencias y Perspectivas del Mercado Internacional de la carne



- A nivel mundial la carne porcina es la más consumida, seguida por la aviar y luego la bovina.
- Se estima que existirá un crecimiento demográfico para el año 2050, la población mundial será de 9 mil millones de habitantes.
Debemos alimentar al mundo.
- Se ha registrado un cambio ya que antes la industria de la carne estaba impulsada por la producción y ahora está impulsada por la demanda.
- La mayor parte del crecimiento se observará en países en desarrollo y será principalmente de carne cerdo y ave, ahí está la clave.
- La acuicultura se supone que va a seguir aumentando.

Nuestra Realidad

Características del Mercado Interno de la carne en Uruguay

El uruguayo se encuentra catalogado como un **alto consumidor de carne**, preferentemente bovina, lo que lo diferencia de otros consumidores de carnes a nivel mundial.

Se vuelca al mercado interno aproximadamente el **25% de la producción total** del país de carne bovina.

El **consumo de carne aviar** se ubica en el segundo lugar dentro de las preferencias de consumo de la población uruguaya.

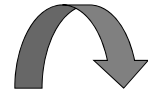
En lo que se refiere al **consumo de las carnes porcina y ovina** en nuestro país aún no existe cultura de consumir grandes volúmenes.



Composición del Consumo

Destino Abasto- Industria

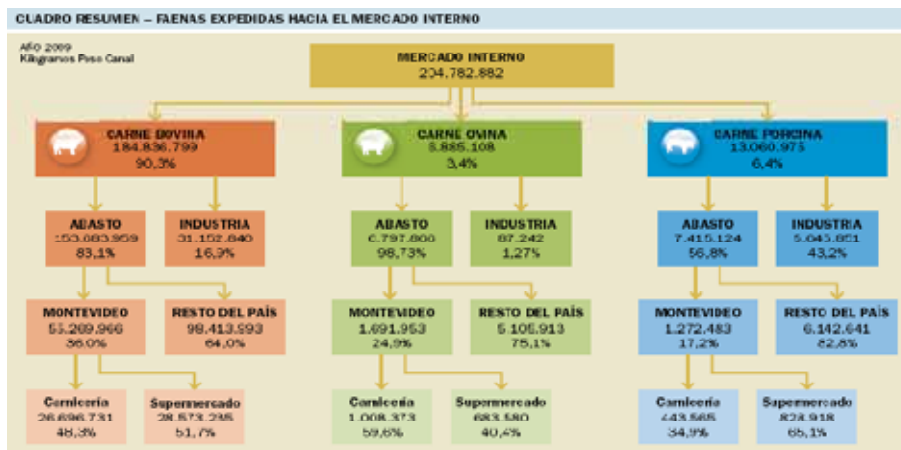
| | AÑO 2004 | AÑO 2005 | AÑO 2006 | AÑO 2007 | AÑO 2008 | 2009 |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Carne Bovina  | 47,2 | 47,6 | 51,2 | 51,0 | 54,7 | 58,2 |
| Carne Ovina  | 3,9 | 4,5 | 6,2 | 6,2 | 5,7 | 5,8 |
| Carne Porcina  | 8,5 | 8,8 | 9,0 | 9,6 | 8,6 | 8,6 |
| Carne Aviar  | 12,2 | 15,6 | 17,7 | 14,7 | 17,0 | 19,0 |
| TOTALES | 71,8 | 76,5 | 84,1 | 81,5 | 86,0 | 91,6 |



Proyecciones

Fuente: Elaborado en base a datos de las Declaraciones Juradas de faenas expedidas para el Mercado Interno de los contribuyentes del 0.7%.
 Datos referentes a la faena predial fuente DICOSE, Población INE.
 Cifras del consumo per cápita de carne porcina y aviar, fuente: 2005 – 2007 OPYP, año 2008 y 2009 estimación INAC.

Cuadro Resumen – Faenas expedidas hacia el mercado interno



La carne bovina lidera el consumo con el 90,3% del total expedido, seguida por la porcina y luego la ovina.

Principales Conquistas



- 1) Mantener firme e incrementar la demanda del consumidor uruguayo por la carne bovina.

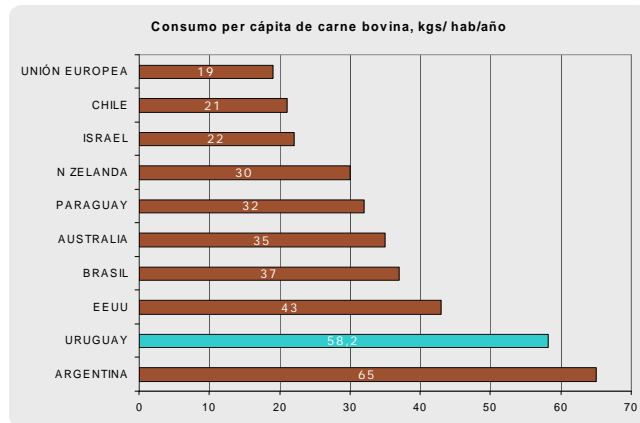


Posicionamiento de Uruguay en el consumo mundial de carne bovina



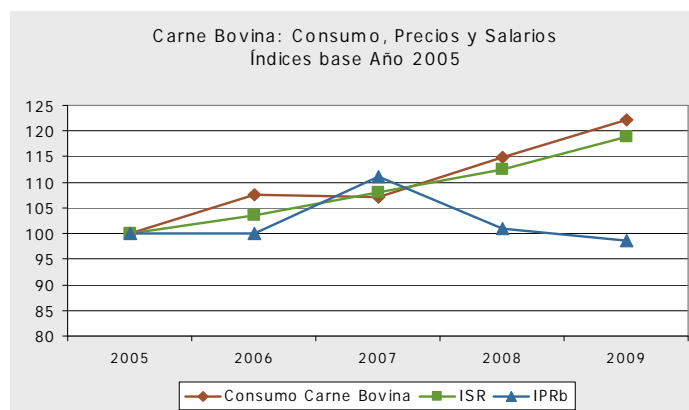
Año 2009

El Uruguay, se encuentra catalogado como un alto consumidor de carne, preferentemente bovina, lo que lo diferencia de otros consumidores de carnes. A nivel mundial la carne porcina es la más consumida, seguida por la aviar y luego la bovina.



Fuente: USDA

Razones



Fuente: INAC, INE

Canastas de Consumo en Montevideo:
Contraste 2005-2010 Ranking de los diez primeros cortes

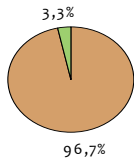


2) El mercado interno se posicionó como un **mercado clave** para la industria frigorífica en donde las empresas del sector cárnico lograron **mayor rentabilidad** como consecuencia de la combinación del mercado interno y el externo.



Año 2009, Acumulado Carne Bovina+Ovina+ Porcina Kgs Peso Producto

Faenas Expedidas hacia el Mercado Interno
Año 2009 acumulado carne bovina, ovina y porcina



El 96.7% de las faenas expedidas para el mercado interno correspondió a la faena de la categoría I, habilitada a nivel nacional y el 3% restante a las categorías II, III y precaria.

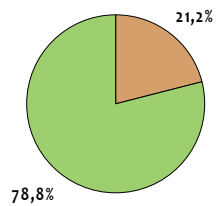
■ categoria I ■ El resto

| | Cantidad de Establecimientos | Observaciones |
|---------------|------------------------------|---|
| Categoría I | 38 | Dentro de estas 38 existe una empresa que se dedica exclusivamente a faena de suinos y otra a faena de ovinos. 21 empresas perfil mixto, 17 perfil mercado interno. |
| Categoría II | 3 | 32 Establecimientos |
| Categoría III | 17 | |
| Precaria | 12 | |
| TOTAL | 70 | |

Expediciones Categoría 1, Año 2009 Carne Bovina



Carne Bovina
Faenas expedidas Mercado Interno Año 2009 peso producto



■ perfil m interno ■ perfil mixto

Si consideramos únicamente la expedición de carne bovina de la categoría I en el año 2009, encontramos que el 79% de la expedición hacia el mercado interno correspondió a establecimientos con un perfil mixto.

3) El mercado interno se convirtió a partir del año 2008 en el **principal destino de las carnes producidas en nuestro país** en donde se volcó una cifra que oscila entre 150-180 mil toneladas peso canal sin afectar las colocaciones en el exterior.



Uruguay, ¿un mercado importante?



En el período 2005-2007 Uruguay ocupaba el segundo lugar en el ranking de los principales destinos de la carne bovina producida en nuestro país.

En los dos años posteriores esta relación se modifica, ocupando el primer lugar en el ranking de los principales destinos de la carne producida en nuestro país.

Cifras expresadas en TONELADAS peso canal



| | 2006 |
|----------------------------|----------------|
| NAFTA | 192.263 |
| URUGUAY | 155.470 |
| FEDERACION RUSA | 102.674 |
| MERCOSUR | 54.763 |
| UNION EUROPEA | 50.825 |
| ISRAEL | 22.461 |
| SUDÁFRICA | 15.155 |
| ARGELIA | 13.303 |
| OTROS | 10.342 |
| MALASIA | 6.735 |
| CUBA | 6.534 |
| TRINIDAD Y TOBAGO | 4.633 |
| ISLAS CANARIAS | 3.637 |
| VENEZUELA | 257 |
| REPÚBLICA POPULAR CHINA | 187 |
| Total Exportaciones | 483.769 |
| TOTAL | 639.239 |

| | 2007 |
|----------------------------|----------------|
| NAFTA | 224.466 |
| URUGUAY | 157.654 |
| UNION EUROPEA | 47.441 |
| FEDERACION RUSA | 33.482 |
| MERCOSUR | 30.881 |
| ISRAEL | 16.355 |
| OTROS | 8.613 |
| SUDÁFRICA | 8.154 |
| MALASIA | 5.074 |
| CUBA | 4.523 |
| ISLAS CANARIAS | 4.138 |
| TRINIDAD Y TOBAGO | 3.831 |
| REPÚBLICA POPULAR CHINA | 3.527 |
| ARGELIA | 2.652 |
| VENEZUELA | 2.223 |
| Total Exportaciones | 395.360 |
| TOTAL | 553.014 |

| | 2008 |
|----------------------------|----------------|
| URUGUAY | 172.221 |
| FEDERACION RUSA | 125.806 |
| UNION EUROPEA | 85.512 |
| NAFTA | 53.341 |
| MERCOSUR | 30.622 |
| ISRAEL | 19.339 |
| OTROS | 12.887 |
| REPÚBLICA POPULAR CHINA | 9.346 |
| ISLAS CANARIAS | 7.648 |
| MALASIA | 7.594 |
| VENEZUELA | 7.338 |
| ARGELIA | 6.947 |
| SUDÁFRICA | 4.887 |
| TRINIDAD Y TOBAGO | 2.880 |
| CUBA | 1.962 |
| Total Exportaciones | 376.106 |
| TOTAL | 548.327 |

| | 2009 |
|----------------------------|----------------|
| URUGUAY | 184.837 |
| FEDERACION RUSA | 104.133 |
| UNION EUROPEA | 92.275 |
| NAFTA | 54.880 |
| REPÚBLICA POPULAR CHINA | 24.592 |
| MERCOSUR | 23.348 |
| OTROS | 22.854 |
| ISRAEL | 18.836 |
| VENEZUELA | 13.609 |
| ARGELIA | 8.778 |
| MALASIA | 7.552 |
| ISLAS CANARIAS | 7.486 |
| SUDÁFRICA | 5.808 |
| TRINIDAD Y TOBAGO | 3.789 |
| CUBA | 2.727 |
| Total Exportaciones | 390.667 |
| TOTAL | 575.504 |




4) Se logró un incremento sostenido en la demanda de carne aviar y se creó el hábito del consumo de carne de cerdo en **estado natural** que hasta el momento se consumía principalmente en forma industrializada.



Evolución del consumo per cápita de carne aviar Kgs/Hab/Año



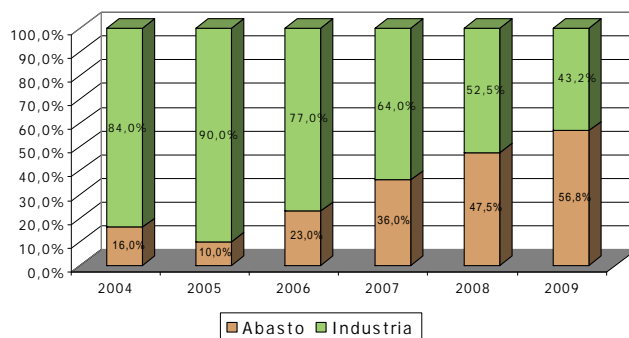
| Kgs/Hab/Año | AÑO 2004 | AÑO 2005 | AÑO 2006 | AÑO 2007 | AÑO 2008 | AÑO 2009 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Carne Aviar  | 12,2 | 15,6 | 17,7 | 14,7 | 17,0 | 19,0 |

Fuente: 2004-2007 - Opyra, Año 2008-2009 - INAC

Ocupa actualmente el 20.7% del total de carnes comercializadas. En el año 2004 este porcentaje ascendía al 17%.

CARNE PORCINA

Evolución de las faenas expedidas desde las plantas de faena Período 2004-2009,
Destino Abasto- Destino Industria



Fuente: Elaborado en base a datos de las Declaraciones Juradas de Faenas expedidas para el Mercado Interno de los contribuyentes del 0,7%.

Principales Desafíos

- ❖ Mantener el posicionamiento del consumidor uruguayo en cuanto a consumo acompañado de un aumento de las exportaciones.
- ❖ Lograr y mejorar el acceso de áreas socio-económicas de bajo poder adquisitivo al producto cárnico.
- ❖ Fomentar la **oferta permanente** y generar demanda en el consumo de carne ovina.
- ❖ Desarrollar el mercado de carnes alternativas principalmente **aviar y porcina** de manera sustentable.



Muchas Gracias