



PREFERENCIAS, MOTIVACIONES Y CAMBIOS EN EL CONSUMO DE CARNE EN URUGUAY

Ing. Agr. PhD. Fabio Montossi¹, Ing. Alim. Dr. Gastón Ares²,
Ing. Alim. Dr. Lucía Antúnez², Ing. Agr. PhD. Gustavo Brito¹,
Ing. Agr. PhD. Santiago Luzardo¹, Ing. Agr. PhD. Marcia del
Campo¹, Ing. Agr. PhD. Carolina Realini³

¹Sistema Ganadero - INIA

²Facultad de Química, Instituto Polo Tecnológico de Pando
- Udelar

³AgResearch Limited, Grasslands, New Zealand

Uruguay es reconocido por ser uno de los mayores exportadores y consumidores *per cápita* de carne roja del mundo. Las tendencias en el consumo de carne están influenciadas por cambios asociados a factores económicos, culturales, sociales, demográficos y psicológicos. A pesar de la importancia de la carne en la sociedad uruguaya, existen escasos estudios de investigación que evalúen las preferencias, motivaciones y cambios en su consumo.

INTRODUCCIÓN

La tendencia de consumo de carne está influenciada por cambios en las preferencias de los individuos y la sociedad, que están vinculados a los efectos combinados de factores económicos, culturales, sociales, demográficos y psicológicos.

A pesar de la importancia de la carne en la sociedad uruguaya, existen escasos trabajos de investigación sobre el consumo de los diferentes tipos de carne. En este contexto, explorar las preferencias, motivaciones y posibles cambios en el consumo nacional de carne,

podría contribuir a una mayor comprensión de dichos cambios y de los motivos subyacentes, e identificar y establecer áreas estratégicas de mejora para el sector cárnico en respuesta a las preferencias de los consumidores.

EL ESTUDIO DE CONSUMIDORES

Este trabajo de investigación se enmarca en un estudio global, realizado en diversos países e impulsado por la revista *Meat Science*, en el que Uruguay participa mediante el trabajo conjunto de investigadores de Uruguay y Nueva Zelanda.

Cuadro 1 - Características sociodemográficas de la muestra poblacional utilizada en el presente estudio.

Característica	Porcentaje de participantes (%)
Género	
Hombre	53,8
Mujer	46,2
Edad (años)	
18-29	16,3
30-44	31,6
45-59	30,1
60 o más	22,0
Nivel educativo	
Secundaria incompleta o menos	26,8
Secundaria completa	27,0
Educación terciaria	46,2
Lugar de residencia	
Montevideo	42,9
Area metropolitana	14,3
Interior	42,8

En febrero de 2022 se realizó una encuesta telefónica, en Uruguay, con 601 participantes. Entrevistadores profesionales contactaron a los encuestados mediante la marcación aleatoria de números a teléfonos celulares, cumpliendo el requisito de ser mayores de 18 años de edad. Se les realizó una serie de preguntas de opción múltiple sobre diferentes temas relacionados al consumo de carne y los potenciales factores que la afectan. Las respuestas fueron analizadas según aspectos sociodemográficos como el género, la edad, el nivel educativo, el nivel socioeconómico y el lugar de residencia (Cuadro 1).

Por motivos de espacio y para facilitar la comunicación de los resultados obtenidos, se presenta información resumida y basada en parte de lo documentado por Realini *et al.* (2022) y los análisis estadísticos ampliatorios realizados por el equipo de trabajo –que

no se presentan en este artículo–. Las tendencias observadas se describen según su importancia y significancia estadística.

RESULTADOS

En el Cuadro 2 se presenta la frecuencia de consumo de los diferentes tipos de carne de los encuestados. Si se considera la frecuencia de consumo de: todos los días, 4 a 6 veces/semana y 1 a 3 veces/semana, la frecuencia acumulada de consumo de carne según su tipo, sigue el siguiente padrón: bovina > aviar > fiambres y embutidos > porcina > ovina. Se destaca que 41,8 % de los consumidores dicen que nunca consumieron carne ovina. El consumo aparente anual de carne *per cápita* y por especie para el año 2021 sigue la misma tendencia observada en este estudio, siendo: 46,0 (bovina); 23,7 (aviar); 19,3 (porcina) y 2,2 (ovina) kg/persona/año.

Consumo de carne en Uruguay (INAC):

Acceda **AQUÍ** 

Al evaluar la influencia de lugar de residencia, edad, sexo, nivel educativo y nivel socioeconómico sobre la frecuencia de consumo de carne, se observó que: i) la frecuencia de consumo de carne bovina no es afectada por ninguno de estos factores, ii) la frecuencia de consumo de carne porcina y aviar aumenta a medida que se reduce el ingreso económico del hogar, iii) la carne ovina es más frecuentemente consumida en el interior del país y iv) el consumo de fiambres y embutidos es más frecuente en Montevideo, en los más jóvenes y en los consumidores de menores ingresos.

El consumo de carne relevado por INAC para 2021 sigue la misma tendencia que este estudio y fue de 46 kilos por persona (bovina), 23,7 (aviar), 19,3 (porcina) y 2,2 (ovina).

Cuadro 2 - Frecuencia de consumo según tipo de carne (%).

Frecuencia de consumo según tipo de carne	Bovina	Aviar	Porcina	Ovina	Fiambres y embutidos
Todos los días	8,9	4,2	1,6	0,4	12,7
4 a 6 veces/semana	22,8	11,4	3,1	1,3	12,9
1 a 3 veces/semana	56,0	61,6	34,1	2,9	39,1
1 a 3 veces/mes	9,4	17,6	28,1	14,5	18,7
Menos de 1 vez/mes	1,8	2,9	13,8	36,4	4,2
Nunca	0,9	2,9	17,6	41,8	12,1

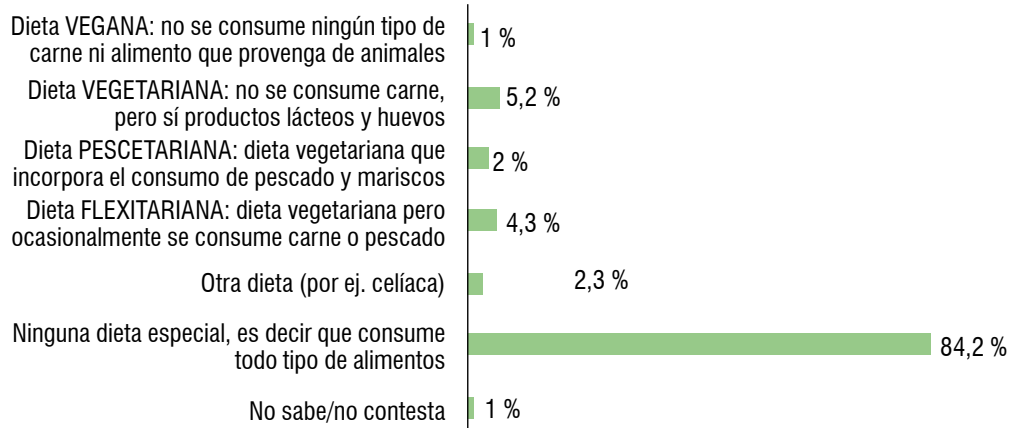


Figura 1 - Tipo de alimentación o dietas habituales indicadas por los participantes.

Nota: CB = Ciclo básico.

Cuando se les preguntó a los participantes acerca del tipo habitual de alimentación o dieta, la mayoría no indicó seguir una dieta especial (84 %). Sin embargo, un 6,2 % de los participantes manifestó seguir una dieta vegana o vegetariana, un 2% una dieta pescetariana y un 4,3 % una dieta flexitariana (Figura 1). En relación a la incidencia de los factores sociodemográficos sobre el tipo de dieta seguida se pudo constatar que las mujeres, los más jóvenes (18-20 años) y las personas con mayor nivel de educación (terciaria), fueron las más proclives a adoptar dietas veganas y vegetarianas (Figura 2).

A los encuestados que manifestaron seguir dietas con reducido o nulo consumo de carne se les preguntó los motivos que determinaron esa decisión, mencionándoles las siguientes opciones: cuidado del medio ambiente, el bienestar animal y la salud humana (Cuadro 3). En ese sentido, se destacan las siguientes asociaciones: i) el consumo de carne de los participantes con mayor nivel educativo y su preocupación por el medio ambiente, ii) el consumo de carne de las mujeres y los jóvenes y su preocupación sobre el bienestar animal, y iii) el consumo de carne de los hombres y los consumidores de mayor edad asociado a aspectos de la salud humana.

La frecuencia de consumo de carne bovina no varía según el lugar de residencia, edad, sexo, nivel educativo y nivel socioeconómico de los encuestados; el consumo de otras carnes sí es afectado por estos factores.

Cuadro 3 - Principales razones para el no consumo de carne entre participantes veganos, vegetarianos y pescetarianos (n=49).

	TOTAL
Salud humana	73 %
Evitar el maltrato o muerte animal	44 %
Cuidado del medio ambiente	39 %
Otras razones	38 %

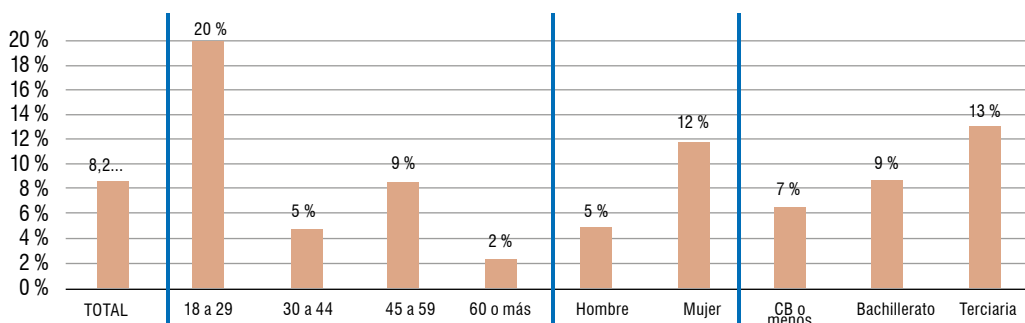


Figura 2 - Efecto de las variables sociodemográficas en aquellos participantes que se definen como veganos y vegetarianos.

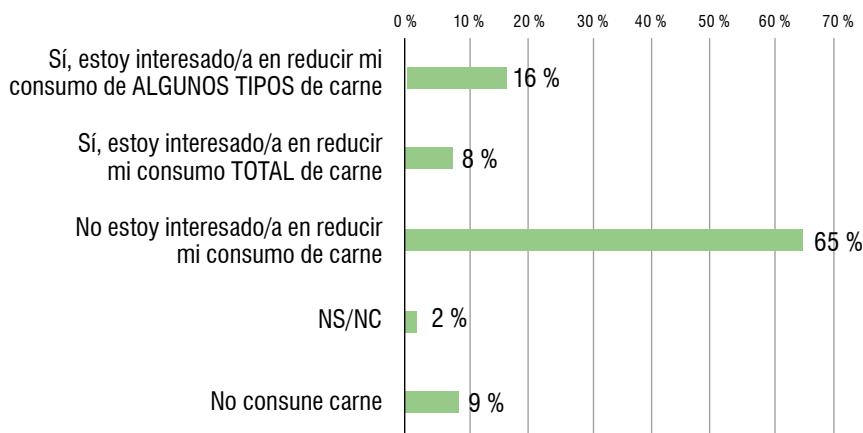


Figura 3 - Consumidores que están interesados en reducir su consumo habitual de carne.

A los participantes de la encuesta también se les preguntó si estaban interesados en reducir su consumo habitual de carne, observándose que el 65 % mostró intención de no alterar su consumo (Figura 3). Sin embargo, un 24 % de los consumidores de carne adultos están interesados en reducir su consumo, particularmente mujeres y consumidores con mayor nivel de educación. Dentro de ese grupo, la intención de reducción de consumo de carne discriminada por tipo de carne o especie animal es de: 32 % (aviar), 37 % (ovina), 37 % (todo tipo de carne), 51 % (porcina), 59 % (fiambres y embutidos), y 68 % (bovina).

Por otro lado, a aquellos que no pensaban reducir su consumo de carne (65 %), se le preguntó si estaban interesados en aumentar su consumo.

El 21 % respondió que estaban a favor de dicho aumento, particularmente aquellos consumidores con menor nivel de instrucción e ingreso.

Interesaba también conocer el porcentaje de participantes que estarían dispuestos a sustituir la carne por proteínas de origen vegetal, y un 33 % de los encuestados respondió en forma positiva al cambio, siendo mayor la propensión en mujeres y personas de mayor nivel educativo.

También era importante conocer si los encuestados estaban dispuestos a consumir análogos sintéticos a la carne producidos en un laboratorio y/o fábrica. Solo un 17 % de los participantes declaró que estaría dispuesto a consumir este producto sintético, particularmente los jóvenes y aquellos con un mayor nivel educativo (Figura 4).

En un contexto de creciente preocupación por parte de la población frente a una serie de temas inherentes a la producción de carne, se preguntó a los participantes si estarían dispuestos a pagar más por una carne producida bajo diferentes sistemas de certificación,

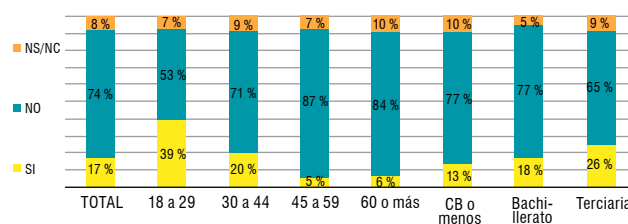


Figura 4 - Consumidores interesados en consumir productos sintéticos alternativos a la carne si estuvieran disponibles para su consumo.

ya sea que involucraran aspectos del producto y/o del proceso de producción (Figura 5).

Las propuestas de diferentes sistemas de certificación tienen una valoración positiva por parte de los consumidores, en particular aquellos que están asociados al proceso de producción, en el que se puede garantizar el bienestar animal, la producción a pasto, orgánica, sostenible, con marcas/etiquetas y trazable. Es de destacar que en Uruguay el ganado bovino tiene trazabilidad individual obligatoria, no se pueden usar aditivos, promotores de crecimiento ni alimentos de origen animal en rumiantes y que se realiza un uso responsable de los antibióticos con fines terapéuticos, con la obligación de retirar el tratamiento un tiempo reglamentario previo al sacrificio.

Los consumidores tienen una valoración positiva de los esquemas de certificación asociados al proceso de producción, que garantizan el bienestar animal, la producción a pasto y la trazabilidad, entre otros aspectos.

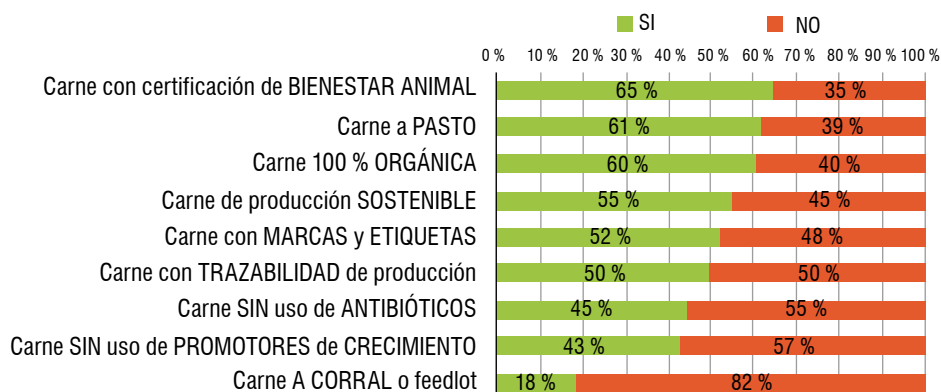


Figura 5 - Participantes dispuestos a pagar más por una carne con marca y/o producida bajo diferentes tipos de certificación.

COMENTARIOS FINALES

El consumo de carne, en particular la bovina, tiene un papel central en la cultura y en la dieta de los uruguayos, demostrado por la cantidad y frecuencia de su consumo.

Los consumidores que se consideran veganos, vegetarianos o pescetarianos solo representaron el 8,2 % de la población; sin embargo, esta proporción aumenta en mujeres, en los más jóvenes y personas con mayor nivel de instrucción. Las razones subyacentes asociadas a estas dietas están vinculadas a aspectos de salud humana, de bienestar animal y de medio ambiente.

La cantidad de uruguayos dispuestos tanto a reducir como a aumentar su consumo de carne a futuro, es similar. Las proteínas de origen vegetal y los análogos a la carne producidos en un laboratorio y/o fábrica, aparecen como potenciales sustitutos a la misma. Dentro de dichos sustitutos, un menor porcentaje de la población estaría dispuesto a utilizar como sustitutos a los análogos producidos en laboratorios y/o fábricas.

Los sistemas de certificación de carne, con énfasis en los procesos, son valorados muy positivamente por los consumidores uruguayos y, por tanto, constituyen una gran oportunidad para promocionar el consumo de carne en la población nacional. Se destaca especialmente la valoración positiva del bienestar animal, la producción a pasto, la producción orgánica, la sostenibilidad, la trazabilidad y las marcas.

Esta información permite identificar públicos objetivos, para diseñar estrategias diferenciales de promoción del consumo de carne, destinadas especialmente a mujeres, jóvenes y personas con mayor nivel de educación e ingreso. También es importante implementar estrategias de aumento del consumo de carnes, en aquellas personas de menor ingreso.

Se recomienda informar a la población sobre los beneficios de la carne en la salud humana como parte de una dieta balanceada, los aspectos positivos de los sistemas de producción en Uruguay con relación al bienestar animal y el medio ambiente, así como su contribución a la sostenibilidad socioeconómica del sector productivo y del país.

Estos temas y las estrategias para abordarlos a futuro deberán formar parte de la agenda priorizada de investigación y promoción del consumo de carne en Uruguay.

REFERENCIA

REALINI, C.E.; ARES, G.; ANTÚNEZ, L.; BRITO, G.; LUZARDO, S.; DEL CAMPO, M.; SAUNDERS, C.; FAROUK, M.; MONTOSI, F. 2022. Meat insights: Uruguayan consumers' mental associations and motives underlying consumption changes. *Meat Science*, 2022, volume 192, 108901. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2022>.



Foto: MGAP

Figura 6 - Condiciones de producción en un sistema ganadero sobre campo natural.