



CONGRESO DE PRODUCCION
Y COMERCIALIZACION DE CARNE

DEL CAMPO AL PLATO

13 y 14 de noviembre del 2000
Montevideo - Uruguay

Organizan



Alternativas de comercialización de carnes en Uruguay

Sr. Roberto Couce
Supermercados DISCO
URGUAY

Sala de Conferencias del LATU
13 y 14 de noviembre de 2000
Montevideo-Uruguay

Apoyan: **MGAP - MIEM - INAC - INST. PLAN AGROPECUARIO**

Alternativas de Comercialización de carne en Uruguay



Casino

Roberto Couce

Géant

[Saltar a la primera página](#)



Importancia del universo "carnes"

- Las carnes participan entre el 8 % y el 15 % de las ventas totales
- Régimen de compra de entre 3.5 y 4 veces por semana.
- Ticket promedio:
super \$ 126 (total), carnes \$ 34 en oferta
hiper \$ 475 (total), carnes \$ 42 en oferta
- Fuerte reacción a las ofertas
- Es un mercado (total) de entre U\$ 150: y U\$ 200: año.

[Saltar a la primera página](#)



Cambios en el mercado uruguayo

- Cambios en el consumidor

¿qué busca el consumidor?

- Cambios en la cadena de distribución

¿qué busca el supermercado?

[Saltar a la primera página](#)



Cambios en el consumidor

- Carnes más magras, más tiernas, más jóvenes, preferencia a cortes sin hueso

- Preferencia por la calidad y el surtido

- El consumo per cápita en los últimos 10 años es de 64.5 kg. lo que hace unos 180 grs por día (vacuna) si le agregamos el total de carnes tendremos un consumo de 100 kg y un promedio día de 270 grs.

[Saltar a la primera página](#)



Cambios en el producto

- Animales más jóvenes en 1990 el 80% de la faena era de "boca llena"
En 2000 la cifra bajó al 50% y el resto de hasta 6 dientes
- Cambios en el empaque del producto

[Saltar a la primera página](#)



Cambios en las cadena de distribución

- En 1997 existían unos 800 comercios tradicionales y en el 1999 el número bajó a 500 ¿porqué?
- Los supermercados venden el 27 % de la carne.
- Los supermercados ¿harán faena propia?
- ¿marcas exclusivas o marcas blancas?

[Saltar a la primera página](#)



Conclusiones

- ¿es importante la calidad?
- ¿hay que hacer más marketing?
- Trazabilidad, Transgénicos, "carne naturales".
¿el público lo reconoce?

[Saltar a la primera página](#)



MENSAJE A LA CADENA DE PRODUCCION

¿Dónde debemos poner los esfuerzos?

LA PELEA NO ES ENTRE EL PROVEEDOR Y EL SUPERMERCADISTA, SINO QUE ESTOS DEBEN TRABAJAR JUNTOS PARA GANAR AL CONSUMIDOR FINAL

[Saltar a la primera página](#)

