Commodities

Caída del consumo doméstico: ¿simple coyuntura o cambios en las tendencias de consumo?

ROSGAN

El consumo de carne vacuna en Argentina se encuentra en franca caída, pero, si observamos la evolución del consumo total de carnes en los últimos 20 años, notamos que -a excepción del 2001/02- el número ha fluctuado entre los 100 a 115kg /hab./año.

El consumo de carne vacuna en Argentina se encuentra en franca caída. Sin embargo, si observamos la evolución del consumo total de carnes en los últimos 20 años, notamos que -a excepción de los años afectados por la crisis de 2001/02- el número no ha variado sustancialmente sino que ha estado fluctuando dentro del rango de los 100 a 115 kg por habitante por año, aunque con cambios en su integración. Durante la primera década analizada, 2000-2009, el consumo de carne vacuna representaba en promedio el 67% del total consumido por los argentinos mientras que en el segundo período -de 2010 a la actualidad- su participación promedio ha descendido al 52%, cayendo a su mínimo histórico del 42%, en los primeros siete meses de este año.

En lo que va del año, el consumo aparente de carne vacuna se ha contraído cerca de un 12% respecto de igual período de 2018, pasando de 58,7 kg a 51,8kg per cápita. Sin embargo, el consumo de los otros dos sustitutos -cerdo y pollo- prácticamente no ha sufrido alteración. Diferente fue la situación vista en 2001-2003, cuando producto de una profunda crisis económica con caída real del salario, el consumo de carnes se vio fuertemente restringido en los tres tipos de carne y, una vez recuperado el nivel salarial, vuelve a estabilizarse en torno a los niveles actuales.

Si comparamos la foto de 2009 con la del presente, el consumo total de carnes es exactamente el mismo, 110 kg por habitante por año. Sucede que de ese entonces a la fecha se dio una transferencia de casi 17 kg de la carne vacuna hacia el pollo y el cerdo, que sumaron 10 kg y 7 kg a su consumo *per cápita*, respectivamente. En la actualidad, el consumo de estas dos carnes combinadas (58 kg) supera en 7 kg el consumo de carne vacuna (52 kg).

Sin dudas Argentina siempre ha sido considerado un consumidor tradicional de carne vacuna. Es por ello que este cambio de tendencia, en cierto modo, pone en alerta al sector. Sin embargo, analizando la integración del consumo en otros países, se observa una situación más equilibrada dentro de las principales carnes rojas, a excepción de Uruguay, con quien compartimos una cultura gastronómica similar.

Ejemplo de ello son Estados Unidos que, con un consumo total que ronda los 100 kg *per cápita*, el 50% es consumo de pollo y el restante 50% se distribuye en partes iguales entre vaca y cerdo. En el caso de Europa, el consumo promedio ronda los 70 kg *per cápita*, de los cuales cerca del 50% se integra con carne de cerdo, el 33% con pollo, 15% con carne vacuna y el resto con carne ovina. De hecho, Australia y Nueva Zelanda, siendo importantes productores de carne vacuna, cerca de la mitad de su consumo está integrado mayoritariamente por pollo y el resto se distribuye entre carne de vacuno, porcino y una importante proporción de ovino.

Por lo tanto, ¿es realmente esta baja en el nivel de consumo local consecuencia de la actual pérdida del poder adquisitivo del consumidor o confluyen otros factores que también están afectando la preferencia del consumo?

Pareciera ser que además de razones coyunturales, existen otras que están influyendo cada vez con mayor fuerza sobre el consumo de carnes rojas en general, representan cambios en las tendencias de consumo que trascienden el ámbito nacional.

Se trata de cambios globales que se vienen gestando silenciosamente desde hace tiempo pero que en actualidad han tomado mayor visibilidad. Tal es el caso del auge de vegetarianos y veganos, de los desarrollos en materia de carne artificial, de las tendencias impuestas por las nuevas generaciones de consumidores, por los movimientos ambientalistas e incluso por un cambio en la dieta del propio consumidor tradicional de carnes.



En el ámbito local, de acuerdo a una encuesta realizada hace pocos meses por el Instituto de Promoción de Carne Vacuna Argentina (IPCVA) sobre una base de 1000 consumidores consultados de manera online, se determinó que solo 4 de cada 10 argentinos son "fanáticos" de la carne vacuna, es decir, que están satisfechos con el producto, se quedan con él y lo recomiendan a otras personas para su consumo. A su vez, el trabajo analizó otras figuras en relación al consumidor

como la del “mercenario”, quien a pesar de estar satisfecho con el producto si ve algo más barato se va del mismo; la del “rehén” quien pese a no estar satisfecho se queda con el producto porque no encontró otro reemplazo y la del “terrorista”, que según esta caracterización es quien se fue definitivamente de la carne. Este mapeo realizado por el IPCVA, permitió arribar a una afirmación muy contundente, “6 de cada 10 argentinos se pueden pasar a otros alimentos” por lo que el trabajo de comunicación hacia el consumidor deber ser sumamente efectivo a fin de evitar mayores fugas.

Comunicacionalmente, la ganadería argentina tiene aún un vasto terreno por recorrer. Siendo un sector con fuerte arraigo nacional, con una alta carga de tradición y sólido posicionamiento a nivel consumidor, la comunicación no ha sido hasta el momento una prioridad. Sin embargo, el mercado pone cada vez más foco es cuestiones de sustentabilidad, buenas prácticas, salud alimentaria y bienestar en general, que resulta imperioso atender pero también transmitir.

Los recientes incendios desatados en el Amazonas y las reacciones internacionales de los distintos Estados, dan cuenta del peso que actualmente ejerce la cuestión ambiental sobre la percepción del consumidor. Como sector, debemos ser conscientes de que este consumidor ya no es el mismo de unas décadas atrás. Su nivel de fidelidad es bajo y sus exigencias cada vez más altas. Es un consumidor informado, con un fuerte concepto de responsabilidad social y alta capacidad de discernimiento, que lo desata cada vez más de un consumo por simple tradición.

