

Participación de los Canales de Comercialización de carnes en Montevideo

Período 2004-2009

Dirección de Contralor del Mercado Interno

Setiembre 2009



Consideraciones previas:

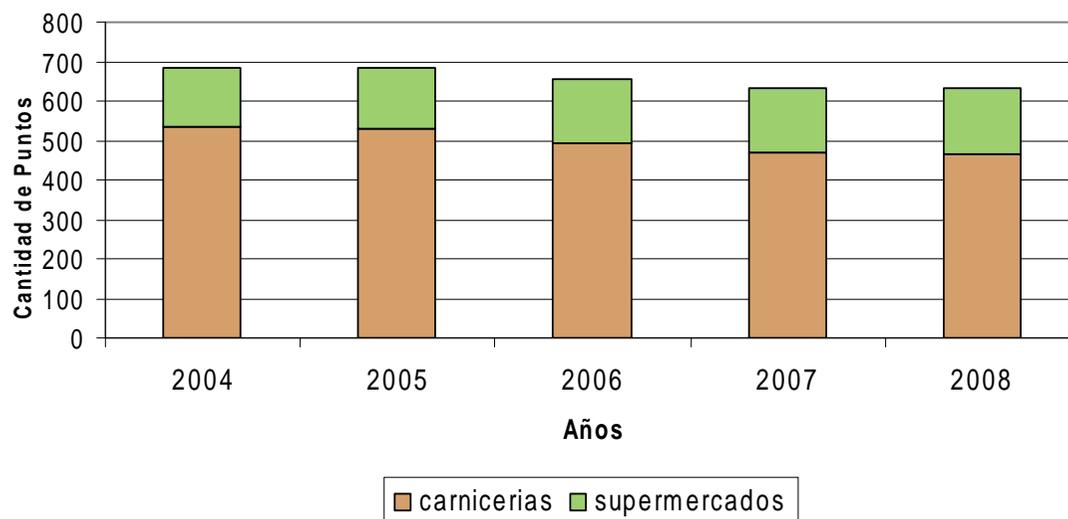
- Para los volúmenes comercializados en Montevideo, los datos se obtienen a partir de las Declaraciones Juradas de Mercaderías ingresadas a los locales de carnicerías habilitadas por INAC.
- Carne con destino abasto es la carne comercializada hacia las carnicerías tradicionales y supermercados para su posterior venta al público.
- Los volúmenes comercializados de carne aviar por las carnicerías tradicionales incluyen también los comercializados por los comercios que se dedican de manera exclusiva a la venta de carne de ave (pollerías).
- Los datos presentados corresponden exclusivamente a los puntos de venta localizados dentro del límite departamental de Montevideo.
- Los volúmenes de carne comercializada se refiere a carne sin industrializar.
- Cuando se hace referencia a la apertura por punto de venta, carnicería y supermercado nos referimos a carnicerías tradicionales en el primer caso y a carnicerías en supermercados en el segundo.
- Para el cálculo de los volúmenes peso canal, se utiliza el coeficiente de conversión peso canal de INAC.



Evolución de la cantidad de puntos de venta

	2004	2005	2006	2007	2008
carnicerías	533	531	494	470	467
supermercados	152	153	164	162	165
total	685	684	658	632	632

Evolución de la cantidad de puntos de venta



A partir del año 2004 se observó un aumento en los volúmenes comercializados de carne que no fue acompañado por un incremento de puntos de venta ya que la cantidad de los mismos se mantuvo relativamente estable, por lo que se podría señalar que se produjo un aumento en la relación volumen com/pto.

En el año 2000 los supermercados representaban un 11% del total y las carnicerías el 89%, en el 2008 los supermercados representan el 26% y las carnicerías el 74% restante.

Los supermercados han ganado terreno en cantidad por dos caminos: apertura de nuevos locales y una transformación de locales tradicionales en supermercados.

Evolución de los porcentajes de participación por canales de venta

DESTINO ABASTO

Kilogramos Peso Canal

MONTEVIDEO	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
Carne Bovina 					
carnicería	51,9%	52,5%	49,4%	49,0%	48,9%
supermercado	48,1%	47,5%	50,6%	51,0%	51,1%
Carne Ovina 					
carnicería	63,6%	64,3%	61,6%	60,7%	60,2%
supermercado	36,4%	35,7%	38,4%	39,3%	39,8%
Carne Porcina 					
carnicería	32,8%	31,5%	25,5%	29,5%	32,8%
supermercado	67,2%	68,5%	74,5%	70,5%	67,2%
Carne Aviar 					
carnicería	34,3%	47,2%	50,0%	50,1%	49,1%
supermercado	65,7%	52,8%	50,0%	49,9%	50,9%
Total					
carnicería	49,2%	51,4%	49,5%	49,3%	48,9%
supermercado	50,8%	48,6%	50,5%	50,7%	51,1%

En el acumulado de todas las carnes, en el año 2004, el 49.2% se comercializó en las carnicerías y el 50.8% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 48.9 % se comercializó en las carnicerías y el 51.1% restante en los Supermercados.

Fuente: Elaborado en base a datos de las Declaraciones Juradas de mercaderías ingresadas a los locales de carnicerías habilitados por INAC en Montevideo.



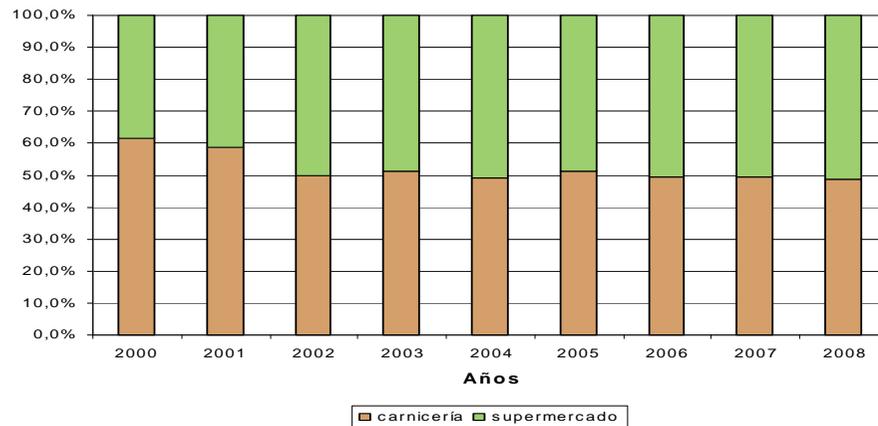
Participación por canales de venta, acumulado todas las carnes

	2004	2005	2006	2007	2008
carnicería	49,2%	51,4%	49,5%	49,3%	48,9%
supermercado	50,8%	48,6%	50,5%	50,7%	51,1%

En el acumulado de todas las carnes, en el año 2004, el 49.2% se comercializó en las carnicerías y el 50.8% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 48.9 % se comercializó en las carnicerías y el 51.1% restante en los supermercados.

Evolución de la Participación Supermercados-Carnicerías
Acumulado Todas las carnes



Volumen comercializado por punto, acumulado todas las carnes

Promedio anual de kilogramos peso canal por punto.

Total	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
carnicería	52.328	65.096	73.183	74.332	74.760
supermercado	189.805	213.613	224.465	222.176	221.280

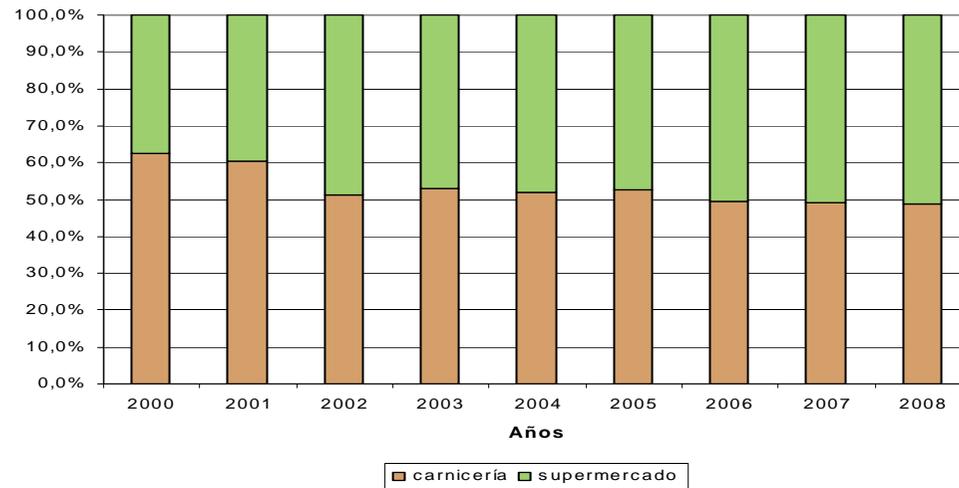




Participación por canales de venta, carne bovina

Carne Bovina	2004	2005	2006	2007	2008
carnicería	51,9%	52,5%	49,4%	49,0%	48,9%
supermercado	48,1%	47,5%	50,6%	51,0%	51,1%

Evolución de la Participación Supermercados-Carnicerías
Carne Bovina



En lo que se refiere a la carne bovina, en el año 2004, el 51.9% se comercializó en las carnicerías y el 48.1% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 48.9 % se comercializó en las carnicerías y el 51.1% restante en los supermercados.

Para cada año del período analizado, las carnicerías comercializaron mayores volúmenes de carne con hueso en comparación con los supermercados y estos últimos mayores volúmenes de carne sin hueso.

Volumen comercializado por punto, carne bovina

Promedio anual de kilogramos peso canal por punto.

Carne Bovina	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
carnicería	45.725	50.310	53.448	55.937	54.301
supermercado	148.473	158.211	165.074	168.658	160.607

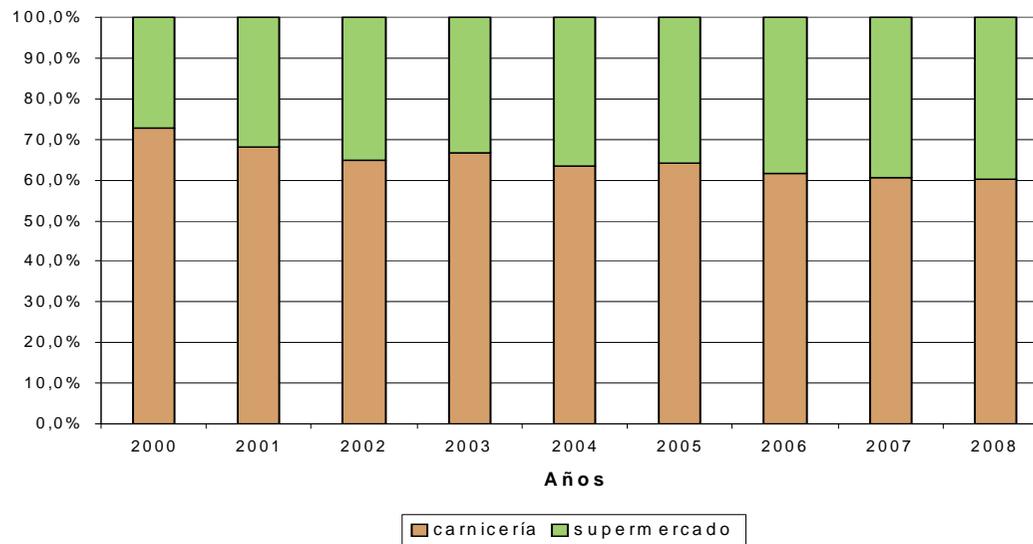




Participación por canales de venta, carne ovina

Carne Ovina 	2004	2005	2006	2007	2008
carnicería	63,6%	64,3%	61,6%	60,7%	60,2%
supermercado	36,4%	35,7%	38,4%	39,3%	39,8%

Evolución de la Participación Supermercados-Carnicerías
Carne Ovina



En lo que se refiere a la carne ovina, en el año 2004, el 63.6% se comercializó en las carnicerías y el 36.4% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 60.2 % se comercializó en las carnicerías y el 39.8% restante en los supermercados.

Por su parte, al analizar el volumen comercializado por punto se observa que los supermercados lideraron la venta de este tipo de carne.

Volumen comercializado por punto, carne ovina

Promedio anual de kilogramos peso canal por punto.

Carne Ovina 	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
carnicería	682	1.956	2.437	2.371	2.060
supermercado	1.368	3.773	4.578	4.452	3.851

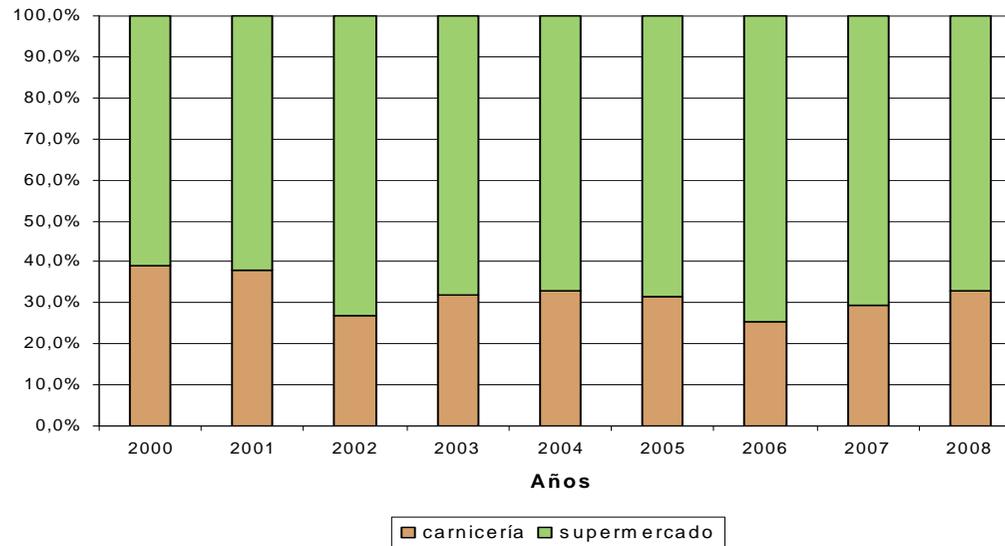




Participación por canales de venta, carne porcina sin industrializar

Carne Porcina	2004	2005	2006	2007	2008
carnicería	32,8%	31,5%	25,5%	29,5%	32,8%
supermercado	67,2%	68,5%	74,5%	70,5%	67,2%

Evolución de la Participación Supermercados-Carnicerías
Carne Porcina



En lo que se refiere a la carne porcina, en el año 2004, el 32.8% se comercializó en las carnicerías y el 67.2% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 32.82 % se comercializó en las carnicerías y el 67.2% restante en los supermercados.

Al observar el volumen promedio por punto nuevamente se observa que los supermercados comercializaron mayores volúmenes.

Volumen comercializado por punto, carne porcina sin industrializar

Promedio anual de kilogramos peso canal por punto.

Carne Porcina	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
carnicería	498	522	473	699	975
supermercado	3.582	3.933	4.162	4.846	5.651

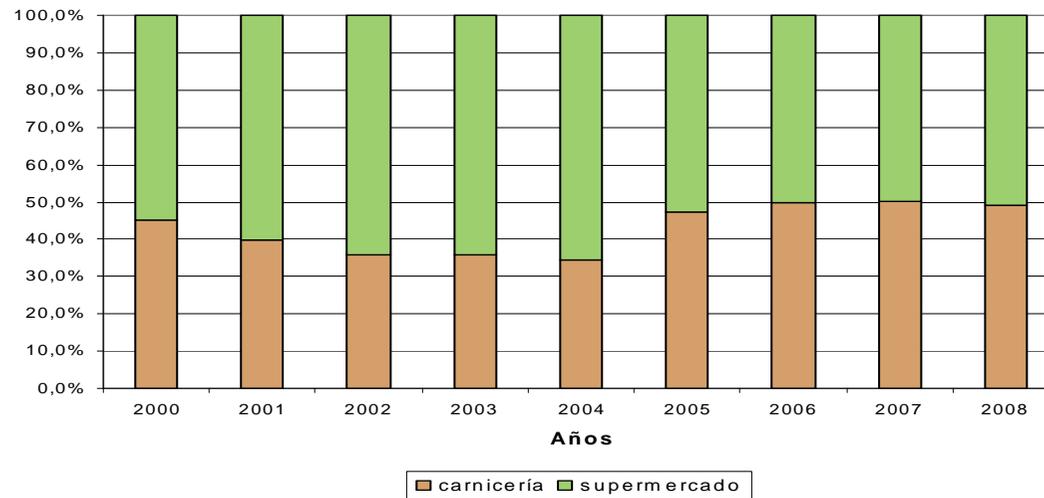




Participación por canales de venta, carne aviar

Carne Aviar	2004	2005	2006	2007	2008
carnicería	34,3%	47,2%	50,0%	50,1%	49,1%
supermercado	65,7%	52,8%	50,0%	49,9%	50,9%

Evolución de la Participación Supermercados-Carnicerías
Carne Aviar



En lo que se refiere a la carne aviar, en el año 2004, el 34.3% se comercializó en las carnicerías y el 65.7% restante en los supermercados.

En el año 2008 el 49.1 % se comercializó en las carnicerías y el 50.9% restante en los supermercados.

Al analizar el volumen promedio comercializado por punto se verifica que los supermercados manejan mayores volúmenes que las carnicerías.

Volumen comercializado por punto, carne aviar

Promedio anual de kilogramos peso canal por punto.

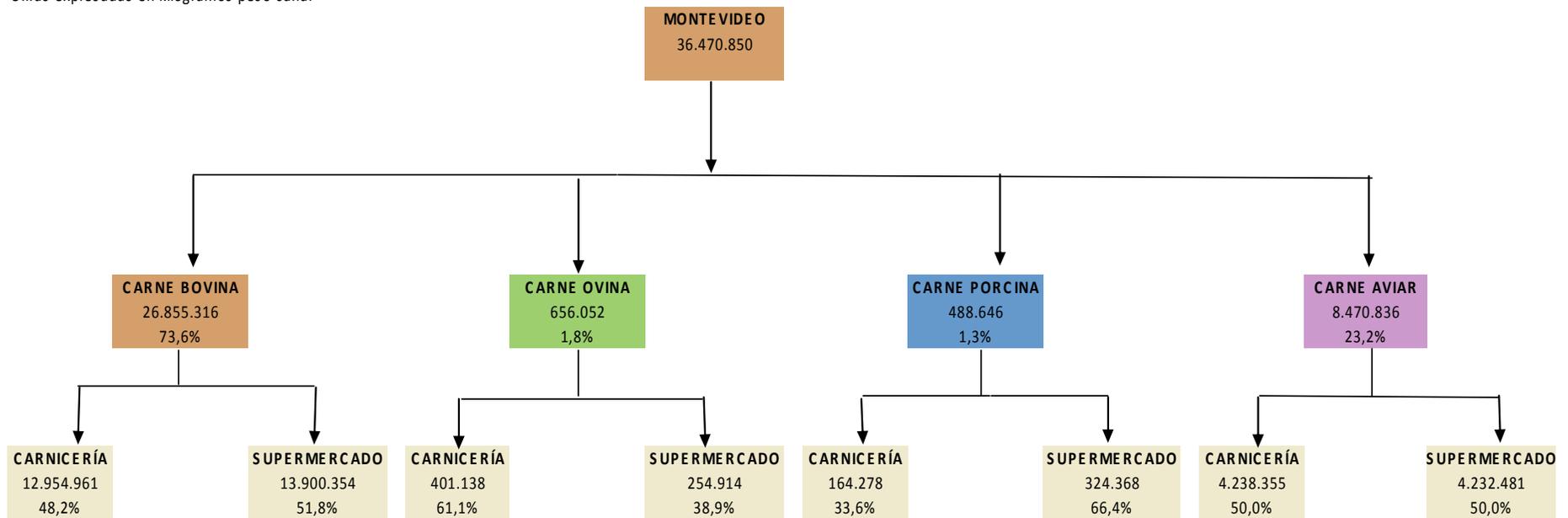
Carne Aviar	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
carnicería	5.423	12.308	16.825	15.325	17.424
supermercado	36.382	47.696	50.652	44.221	51.171



¿Qué está sucediendo en el primer semestre del año 2009?

¿Qué está sucediendo en el primer semestre del año 2009?

Acumulado primer semestre 2009
Cifras expresadas en kilogramos peso canal



En síntesis

- ✓ Recordemos que en el año 2008, las carnicerías tradicionales de Montevideo comercializaron el 49%, mientras que los supermercados el 50% restante, tendencia que se ha mantenido relativamente estable en el período 2004-2008.
- ✓ Si bien la participación en la comercialización de ambos canales de venta es similar (50% carnicerías, 50% supermercados), al analizar el volumen promedio comercializado por punto se observa que los supermercados comercializan mayores volúmenes, tendencia que se observa en todas las carnes.
- ✓ En el primer semestre de 2009, del total comercializado en Montevideo, se puede destacar que las carnicerías tradicionales comercializaron el 49 % y los supermercados el 51 % restante. Por lo que se puede señalar que los porcentajes se han mantenido estables en el período analizado.
- ✓ En Montevideo, en lo que respecta a la carne bovina, el 52% fue comercializado por los supermercados y el 48% restante por las carnicerías.
- ✓ El canal de venta predominante de la carne ovina fue la carnicería tradicional, ocupando un 61% del total comercializado, mientras que el 39% se comercializó por medio de los supermercados.
- ✓ La carne porcina se comercializó principalmente en los supermercados ocupando un 66% del total, correspondiendo el 34% restante a lo que se comercializó por medio de las carnicerías tradicionales.
- ✓ En la comercialización de carne aviar se observó que el porcentaje de participación fue del 50% en la carnicería y el 50.0% restante en los supermercados.