

Estudio FACTUM. Junio 2019

Objetivo Proyecto "Percepción del consumidor de carne vacuna en Uruguay".

Relevar los hábitos y preferencias del consumidor de carne vacuna en Uruguay, y en particular las asociaciones del producto a la **nutrición y salud humana**.

Fase cuantitativa

- Cuantificar los hábitos y preferencias de los consumidores de carne vacuna
- Medir las asociaciones para carne vacuna con nutrición y salud humana
- Jerarquizar el peso de los distintos atributos de valoración de la carne durante la compra y el consumo
- Caracterizar y describir los distintos perfiles y segmentos de consumidores de carne vacuna.
- **Universo:** Decisores de compra de alimentos del hogar de ambos sexos, mayores de 18 años, de todos los NSE, residentes en todo el país.

•**Tipo de muestra:** Base de casos autoseleccionados a través de redes sociales, ponderada por Sexo, Edad, Región y Nivel educativo.

•**Número de casos:** 1333 casos en todo el país, estratificados por región (755 casos en Montevideo y 578 casos en el Interior).

•**Margen de error máximo:** $\pm 3,1\%$ para todo el país, bajo el supuesto de distribución aleatoria del error estadístico ($p=q=0,5$).

•**Duración:** 15 minutos promedio.

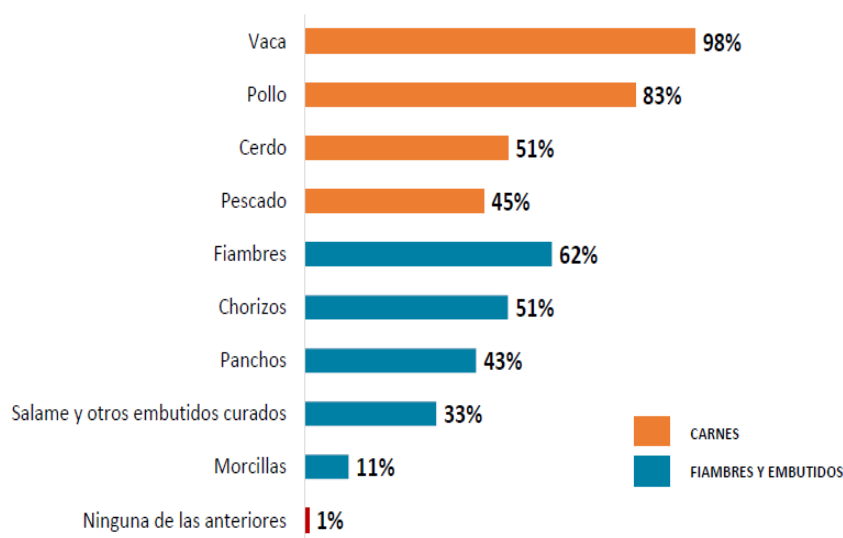


El consumo de carne vacuna es universal y permanente en los hogares uruguayos.



1. CONSUMO DE CARNE VACUNA

Tipos de carne consumidas en el hogar U30D



Total de la muestra (1333)

¿Cuáles de las siguientes carnes se consumieron en su hogar en los últimos 30 días? [GU]/[RM]

13

El consumo total mensual de carnes alcanza al **98 % de los hogares.**

- 99% de los hogares realizaron compras de carne vacuna durante el mes.
- 9 de cada 10 hogares no tienen miembros que no consuman carne vacuna.
- 99% de los entrevistados consume carne vacuna.
- 7 de cada 10 personas son responsables de compra.
- 3 de cada 4 uruguayos consume platos con carne vacuna en promedio diario.
- 8 de cada 10 uruguayos consume carne vacuna al menos 2 días a la semana, y 4 de cada 10 lo hace al menos 4 días por semana.
- La carne vacuna estuvo presente en el 53% de los almuerzos diarios y en 42% de las cenas diarias.



La carne vacuna es una experiencia de Hogar, relacionada con hábitos y rutinas domésticos.

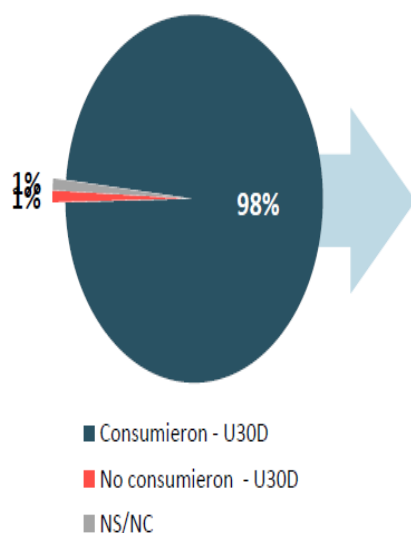


1. CONSUMO DE CARNE VACUNA

Consumo de carne vacuna en el hogar U30D y Motivos de consumo de carne vacuna en el hogar



CONSUMO CARNE VACUNA U30D



MOTIVOS DE CONSUMO



Total que consumió carne vacuna U30D (1300)

¿Cuáles de las siguientes preparaciones de CARNE DE VACA se consumieron en su hogar en los últimos 30 días? [GUI/RM]
¿Cuáles son los principales motivos por los que eligen consumir carne de vaca en el hogar? [GUI/RM]

Los principales motivos de consumo de carne vacuna están asociados al gusto de todos los miembros del hogar y a la costumbre de preparación de los platos.

Las principales preparaciones están asociadas a preparaciones caseras: milanesas, guiso con carne, tuco o albóndigas, carne al horno, churrascos y carne a la parrilla.

- La principal ocasión especial de consumos en las reuniones familiares (66%).
- De cada 10 ocasiones de consumo, 8 se basan en preparaciones caseras.
- 86% de las colaciones diarias con carne vacuna fueron realizadas en el hogar.



- El domingo es el día de mayor consumo de carne vacuna (86% de las personas).
- La disminución del consumo que se produce de martes a jueves es principalmente explicado por una disminución de las cenas basadas en carne vacuna.
- La carne picada, que permite la fácil preparación doméstica de gran variedad de comidas es el producto vacuno con mayor penetración mensual (74% de los hogares).

Considerada como relativamente riesgosa

- Los niveles de percepción de impacto negativo de la carne vacuna en la salud son bajos: 11% indicó que la carne vacuna es principalmente o totalmente perjudicial y sólo 1% indicó que sólo tiene perjuicios para la salud.
- 43% de los uruguayos considera que la carne vacuna es principalmente o totalmente beneficiosa y 9% indicó que no tiene ningún perjuicio.
- El carácter magro de la carne es un motivo de elección para 1 de cada 3 compradores.
- 8 de cada 10 personas consideran que hay carnes más beneficiosas que la vacuna (principalmente el pescado y el pollo).
- La mayor parte de las personas que considera que preparaciones más perjudiciales de la carne vacuna, identifica como riesgos a una de las preparaciones menos frecuentes, que es la frita.
- Los perjuicios a la salud están principalmente asociados a los alimentos procesados o ultraprocesados, y los cortes no procesados presentan un bajo nivel de identificación de riesgo.



Su consumo no es problematizado

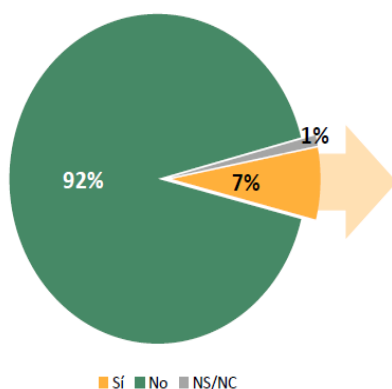


3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CARNE VACUNA

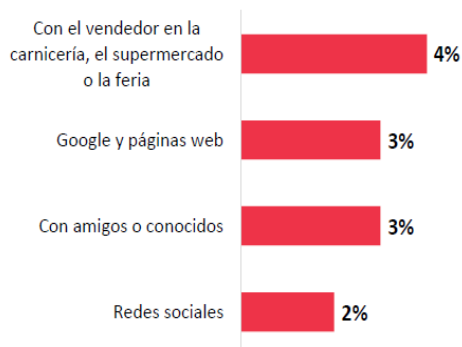
Búsqueda de información sobre tipos de corte de carne vacuna en U30D y
Canales de información para la toma de decisiones en el consumo de carne vacuna



BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN



CANALES DE INFORMACIÓN



Total que decide la compra de carne vacuna (1052)

En los últimos 30 días, ¿ha consultado con conocidos o vendedores de carne, o ha buscado información en Internet o en otros medios sobre los diferentes? [GUI/RU]

¿A través de qué medios se ha informado para tomar decisiones de consumo de carne de vaca? [GUI/RM]

78

A pesar de los altos niveles de consumo relevados, sólo 1 de cada 20 uruguayos considera que su consumo es excesivo. Entre quienes consumen carne una o más de 3 días a la semana, la mitad considera que su consumo es, como mucho, normal y sólo un 13% considera que su consumo es excesivo.

- 3 de cada 4 personas consideran que 4 platos semanales no representan un consumo excesivo y para 5 platos semanales esa proporción es de 3 de cada 5 personas.
- La contribución a la salud y la nutrición es un motivo de elección de la carne vacuna apenas para una quinta parte de los decisores de compra.
- Sólo un 7% de los responsables de compra buscó información sobre las características de los cortes en el último mes.



Decisión en la compra:

Las características de los cortes para decidir la compra son variadas:

La terneza de la carne es el principal criterio de decisión alcanzando a 6 de cada 10 responsables de compra y es más importante entre los consumidores más frecuentes.

El precio alcanza al 54% de los responsables de compra y tiene mayor relevancia entre los consumidores menos frecuentes quienes perciben un impacto más perjudicial de la carne en la salud humana y en el NSE bajo.

El color de la carne es un criterio para el 46% de los decisores, principalmente para los consumidores menos frecuentes, las mujeres, los residentes de Montevideo y las personas de NSE y nivel educativo medio.

El carácter magro de la carne es un criterio para una tercera parte de los decisores y es más indicado entre quienes perciben un impacto más perjudicial de la carne vacuna en la salud, entre los residentes de Montevideo y entre las personas de nivel educativo alto.

La carnicería y el supermercado se reparten en partes iguales la cobertura como puntos de venta de carne vacuna entre los hogares de Uruguay con 63% cada uno. Las carnicerías presentan mayor cobertura entre los hogares de NSE bajo y entre quienes perciben un impacto más negativo de la carne vacuna en la salud.

Los supermercados, por otra parte, son más preferidos por los compradores de 35 a 59 años, los residentes en Montevideo, los decisores de compra de NSE alto y de nivel educativo medio y alto.

--

