

Miles de escolares con INAC

Se realizó otra edición de Expo Prado, con miles de niños y niñas de escuelas de todo el país que visitaron el Stand de INAC en Expo Prado.

A todos quienes nos visitaron, un GRACIAS enorme. En el sector Niños de nuestra Web pueden buscarse entre las imágenes de quienes transitaron por una experiencia particular que propusimos este año: el viaje cotidiano de la carne uruguaya por el mundo.

El grupo de Marketing Vivencial Libélula, con actores que personificaron los principales destinos, dejaron ideas, aprendizajes sobre cómo es que viaja nuestra carne, a qué destinos, cómo se consume la carne en culturas distintas; además de una que otra sonrisa o divertida carcajada.

Uruguay tiene abiertos más de 120 mercados para las carnes.

Los principales destinos de la carne uruguaya son la Unión Europea, Rusia, el Nafta y Latinoamérica.

Están apareciendo nuevos países en América Latina que comienzan a comprar carne en mayor volumen, como es el caso de Venezuela.

En otras naciones más distantes y con otras costumbres, como China, también comienzan a demandar más carne, acercándose más a los hábitos de alimentación occidentales.

Los pronósticos indican que el consumo de carne en el mundo seguirá creciendo. Por eso esta región del planeta está



llamada a producir más y mejores alimentos.

El compromiso de Uruguay es seguir produciendo en un marco de sostenibilidad, es decir, cuidando el medio ambiente y trabajando para que las próximas generaciones cuenten con los recursos naturales que garanticen su calidad de vida.

Los datos aportados en esta experiencia:

Unión Europea.

En Europa los destinos fundamentales en carne vacuna son Alemania, Holanda, Italia, Reino Unido (90% de la cuota Hilton).

Por ejemplo Reino Unido ha sido un importante comprador desde siempre (y también competidor) y justo en 2012 se desarrollaron allí los Juegos Olímpicos e INAC realizó acciones de promoción.

Es un destino donde INAC siempre está presente en las ferias internacionales.

Entre ellas se destaca SIAL



Paris y ANUGA en Alemania (esta es la feria de alimentos más importante del mundo e INAC participa desde hace más de 30 años con una presencia muy relevante).

En su conjunto, la Unión Europea representa hasta fines de junio el 16,5% de volumen exportado y el 25,5 % en valor, el mayor valor de todos los bloques y países.

A los europeos les gusta la comida gourmet y acompañar la carne con una buena copa de vino. La apuesta allí es llegar a los consumidores directamente a través de la instalación de Restaurantes que venda carne uruguaya con la identidad nacional a través del proyecto Uruguay Natural Club.

Federación Rusa.

El mercado de Rusia ha sido un descubrimiento y una muestra de acción planificada para



posicionar a Uruguay en el mundo.

Es la nación que compra más volumen de carne uruguaya: hasta el 30 de junio fue el 29,6 % y en valor fue de 20,9 %.

Este mercado fue conquistado en el año 2006, cuando se realizó un estudio de mercado y se logró generar una fuerte corriente exportadora que ha colocado a Rusia en el 1º lugar de importador de carne uruguaya año a año.

Especialmente destacamos que fue en este país que se realizó la 1º actividad del acuerdo Fútbol y Carne AUF-INAC en la que participaron jugadores de fútbol como Forlán, Suárez, Lugano, Maximiliano Pereyra, porque el fútbol, es un embajador natural del país para que se conozca en el mundo.

Nafta.

A este bloque exportamos el 16,4 % en volumen

Desde hace bastante tiempo tenemos el diferencial de venderle carne fresca a Estados Unidos.

Nuestros vecinos, Brasil y Argentina no lo pueden hacer.

Esto nos posiciona muy bien para acceder a otros mercados,

como los exigentes de Corea y Japón.

China.

China es una nación que está cambiando notoriamente y especialmente en los hábitos de consumo en lo que tiene que ver con los alimentos, debido al aumento de poder adquisitivo de una parte de la población.

Es por eso que con China además de comercializar las tradicionales menudencias, se ha comenzado con fuerza a comerciar carne.

Síntoma de esto ha sido la experiencia del Restaurante Parrilla Gourmet de Uruguay durante 2010 que INAC instaló en una feria internacional durante 6 meses.

Los chinos siguen manteniendo hábitos de alimentación orientales- comen la carne en tiritas o en brochete, pero de a poco están comenzando a consumir la carne tal como la degustamos en el mundo occidental.

Hasta el 30 de junio, el mercado de China significó un 4,2 % de las exportaciones de carne en volumen, cifra similar a la de Venezuela, otro comprador en ascenso.



Antártida.

A principios de año se realizó en Antártida una actividad que marcó la posibilidad de que Uruguay se conociera en el mundo desde su identidad.

Antártida no es un destino comercial, pero es un punto en el planeta en el que conviven distintas naciones.

Especialmente la Base Antártica Artigas tiene un papel importante que cumplir porque es la única que cuenta con parrillero.

Es el punto de encuentro de los científicos de distintas nacionalidades, a través de asados que llegan desde Uruguay.

Es así que una costumbre típicamente uruguaya se comparte con rusos, chinos, coreanos, chilenos, mexicanos, demostrando lo que todos los uruguayos sabemos: asado = encuentro.

El corte asado se consume en esta región del mundo: Uruguay, Argentina y Sur de Brasil; por eso lo que para nosotros es una tradición para otros ciudadanos del mundo es una novedad.

Instituto Nacional de Carnes.
Rincón 545. Montevideo – Uruguay
Teléfono 29160430. Oficina de Prensa y Comunicaciones.
Presidencia
prensa@inac.gub.uy.
www.inac.gub.uy