

**CARACTERÍSTICAS DE LA
DEMANDA POR CARNE BOVINA DE LA
COMUNIDAD HISPANA EN LOS
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

DICIEMBRE 2003

SERIE
TECNICA

136

INIA

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA POR CARNE BOVINA DE LA COMUNIDAD HISPANA EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

**Autor:
Bruno Lanfranco Crespo¹**

Diciembre de 2003

Los resultados de esta extensa investigación han sido presentados en diversos congresos de economía agraria en Estados Unidos, Alemania, Nueva Zelanda y Sudáfrica. Han sido publicados en varias revistas arbitradas en Estados Unidos y México. Adicionalmente, estos estudios valieron la obtención de tres distinciones académicas en la Universidad de Georgia (mejor trabajo de investigación en 2000, mejor trabajo de investigación y mejor estudiante de doctorado, ambos en 2001) y un premio nacional en los Estados Unidos, el "William Applebaum Memorial Scholarship Award" otorgado por la Food Distribution Research Society a la mejor tesis en economía agroalimentaria, en octubre de 2000.

Foto de Portada: "Cortes vacunos de Frigorífico Tacuarembó".

¹ Ingeniero Agrónomo, MSc, PhD, Economía Aplicada y Proyectos. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria.

Título: CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA POR CARNE BOVINA DE LA COMUNIDAD HISPANA
EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

Autor: Bruno Lanfranco Crespo

Serie Técnica Nº 136

© 2003, INIA

ISBN: 9974-38-178-9

Editado por la Unidad de Agronegocios y Difusión del INIA.
Andes 1365, Piso 12. Montevideo - Uruguay
Página Web: <http://www.inia.org.uy>

REALIZACIÓN e IMPRESIÓN:
Prontográfica S.A. Cerro Largo 850 - Tel.: 902 3172
Depósito Legal: 324.665/2003

Quedan reservados todos los derechos de la presente edición. Este libro no se podrá reproducir total o parcialmente sin expreso consentimiento del INIA.

AGRADECIMIENTOS

A los Dres. Glenn C.W. Ames y Chung L. Huang, profesores del Departamento de Economía Agrícola y Aplicada de la Universidad de Georgia, por su gran aporte como codirectores de mis estudios de posgrado en los Estados Unidos y como colegas, con quienes publiqué varios artículos en revistas arbitradas sobre este tema. A los Ing. Agr. Ernesto Majó e Italo Malaquín, del Instituto Plan Agropecuario, y al Ing. Agr. (PhD) Fabio Montossi, de INIA, por el apoyo, comentarios y sugerencias brindadas para la elaboración de esta publicación. Al Frigorífico Tacuarembó S.A. por la gentileza de cedernos la fotografía que ilustra la portada de esta publicación.

GLOSARIO DE SIGLAS Y ABREVIACIONES

AEH – (Gasto de) Alimentación En el Hogar.

AFH – (Gasto de) Alimentación Fuera del Hogar.

ALT – (Gasto) Total en Alimentación.

CES – Encuesta de Gasto al Nivel de Consumidores (*Consumer Expenditure Survey*).

CPS – Encuesta Periódica de Población (*Current Population Survey*).

EE.UU – Estados Unidos de América

FAS – Servicio Exterior Agrícola de los Estados Unidos (*Foreign Agricultural Service*).

INAC – Instituto Nacional de Carnes.

INE – Instituto Nacional de Estadística.

INIA – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria.

MIEM – Ministerio de Industria, Energía y Minería.

MERCOSUR – Mercado Común del Sur.

MGAP – Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.

NAFTA – Tratado de Libre Comercio de América del Norte (*North American Free Trade Agreement*).

UE – Unión Europea.

USBLS – Oficina de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos (*United States Bureau of Labor Statistics*).

USCB – Oficina del Censo de los Estados Unidos (*United States Census Bureau*).

USDA – Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (*United States Department of Agriculture*).

ÍNDICE GENERAL

TABLA DE CONTENIDO	5
INDICE DE CUADROS	6
INDICE DE FIGURAS	7
1. Introducción	9
2. El Mercado de los Estados Unidos y el NAFTA	11
2.1 El Consumidor Extranjero y la Identificación de Mercados	11
2.2 El NAFTA como Destino de la Carne Uruguaya	13
2.3 La Carne Uruguaya en los Estados Unidos	17
2.4 Las Nuevas Perspectivas en el NAFTA	21
3. Caracterización Socioeconómica de la Comunidad Hispana en los Estados Unidos 22	
3.1 Interés en la Comunidad Hispana de los Estados Unidos	22
3.2 Crecimiento e Importancia de la Población Latina	23
3.3 Origen y Nacionalidad de los Hispanos	23
3.4 Distribución Geográfica de las Comunidades Latinas	24
3.5 Caracterización Socioeconómica de la Población Hispana	29
4. La Demanda por Carne Bovina de la Comunidad Hispana	35
4.1 Las Características Etnicas y los Patrones de Consumo de Alimentos	35
4.2 La Demanda por Carne Bovina en los Estados Unidos	38
4.3 Las Preferencias del Consumidor Latino por la Carne Bovina	41
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	47
BIBLIOGRAFÍA	50

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	- Participación porcentual (%) de los distintos mercados en los dólares provenientes de las exportaciones de carne bovina	13
Cuadro 2	- Principales destinos de la carne bovina uruguaya, 2002	14
Cuadro 3	- Volumen exportado de carne bovina enfiada, congelada y elaborada a los países del NAFTA y comparación con el exportado a todos los destinos, 1999-2001	15
Cuadro 4	- Precios obtenidos por los distintos tipos de carne bovina en el NAFTA, por destino y por año y comparación con el promedio a todos los destinos, 1999-2001	16
Cuadro 5	- Intercambio comercial de Uruguay, total y con EE.UU., 1994-2001	17
Cuadro 6	- Estados Unidos: Importaciones de productos agropecuarios, forestales y frutos del mar, provenientes de Uruguay, 1997-2001	18
Cuadro 7	- Los 10 principales proveedores a Estados Unidos de carnes rojas frescas, enfiadas y congeladas, 1997-2001	19
Cuadro 8	- Los 10 principales proveedores a Estados Unidos de carnes rojas preservadas y preparadas, 1997-2001	19
Cuadro 9	- Volumen de carne bovina exportada los Estados Unidos, 1995-2000	20
Cuadro 10	- Importaciones de carne bovina por parte de Canadá y México, 1996-2003	21
Cuadro 11	- Evolución de la población hispana por región (en millones de personas)	23
Cuadro 12	- Población hispana en los EE.UU., total y por origen, para los diez estados con mayor cantidad de hispanos: 2000	25
Cuadro 13	- Grado de urbanización de la población en los Estados Unidos, 1998	27
Cuadro 14	- Los diez lugares de EE.UU. con la mayor cantidad de población total y de población hispana, 2000	28
Cuadro 15	- Los diez lugares de los EE.UU. con población mayor a 100 mil habitantes, con el porcentaje de Hispanos más alto, 2000	28
Cuadro 16	- Composición de los hogares por grupo étnico en los EE.UU., 1998	31
Cuadro 17	- Estadísticas socioeconómicas básicas de los hogares en EE.UU., 1998	32
Cuadro 18	- Distribución del ingreso en los hogares de EE.UU. por grupo étnico, 1998	32
Cuadro 19	- Composición de los asalariados en los hogares de EE.UU., 1998	33
Cuadro 20	- Tenencia de la vivienda por grupo étnico, 1998	34
Cuadro 21	- Nivel educativo del jefe de hogar por grupo étnico en EE.UU., 1998	34
Cuadro 22	- Patrones de gasto en alimentación de hogares hispanos, afroamericanos y blancos no hispanos en los Estados Unidos, 1994-96	36
Cuadro 23	- Patrones de gasto en alimentación de hogares hispanos, afroamericanos, blancos no hispanos y otras minorías en los Estados Unidos, 1998	37
Cuadro 24	- Patrones de consumo de alimentos de hogares hispanos, afroamericanos y blancos no hispanos en los Estados Unidos, 1994-96	39
Cuadro 25	- Ranking de países con mayor consumo per cápita (> 30), en kilogramos anuales de peso equivalente carcasa, 1995-2001	40
Cuadro 26	- Gasto promedio semanal en alimentación y en distintos tipos de carne, por grupo étnico en los Estados Unidos, 1998	42
Cuadro 27	- Probabilidad de consumir un tipo específico de carne de los hogares hispanos en los Estados Unidos, relativo al ingreso y tamaño de la familia, 1998 ..	43
Cuadro 28	- Elasticidades de demanda de las familias latinas en los Estados Unidos, para distintos cortes de carne bovina, 1998	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	- Distribución de la población hispana por origen: Estados Unidos, 2000	24
Figura 2	- Regiones geográficas de los Estados Unidos	25
Figura 3	- Población hispana como % de la población total por estado, 2000	26
Figura 4	- Población hispana como % de la población total por condado, 2000	26
Figura 5	- Hispanos en California como % de la población total por condado: 2000	29
Figura 6	- Hispanos en Texas como % de la población total por condado: 2000	30
Figura 7	- Proporción del ingreso que las familias hispanas en los Estados Unidos destinan a alimentación, de acuerdo al nivel de ingreso familiar, 1994-1996	38
Figura 8	- Evolución del consumo per cápita de carne bovina, porcina y aviar en los Estados Unidos, 1980 - 2000	39
Figura 9	- Evolución de los precios minoristas (en U\$/Kg) para dos cortes bovinos (picada de aguja y peceto) en los Estados Unidos, Enero 1993 – Mayo 2003	41

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA POR CARNE BOVINA DE LA COMUNIDAD HISPANA EN LOS ESTADOS UNIDOS

1. INTRODUCCIÓN

A fines de mayo de 2003 se concretó la tan esperada habilitación para el ingreso de carnes desde Uruguay al mercado de los Estados Unidos, en condición de país libre de aftosa con vacunación. Según datos de INAC, a comienzos del mes de octubre de 2003, las ventas a ese destino ya alcanzaban alrededor de 20 mil toneladas peso embarque, 8 mil de las cuales se comercializaron fuera de la cuota. El NAFTA en su conjunto, mientras tanto, se constituyó en el principal destino de nuestras exportaciones de carne. Con casi 65 mil toneladas en un total de 149 mil, representa un 37,7% de las exportaciones de este año.

A esta altura nadie duda de la importancia capital que tiene para el Uruguay la reanudación de las operaciones con los Estados Unidos. La experiencia recogida en el período en que se tuvo acceso a dicho mercado, aunque breve e incipiente, permite alimentar expectativas favorables para el sector ganadero, la industria cárnica exportadora y para la economía uruguaya en su conjunto. A los beneficios directos que se espera tenga sobre los volúmenes exportados y los precios, se suman los efectos indirectos que seguramente tendrá en la valorización global de la carne uruguaya en el exterior y la apertura de otros mercados importantes como México²

Conquistado el primer objetivo, la meta ahora debe ser, ya no solo el acceso sino la consolidación de una presencia importante de nuestra carne en los Estados Unidos y los restantes miembros del NAFTA (Canadá y México). Las restricciones de Estados Unidos a las importaciones desde Canadá debido a la «vaca loca», la disminución de las ventas de Nueva Zelanda a ese destino

y la ausencia de Argentina en dicho mercado por no haber alcanzado aún la condición sanitaria de país libre de aftosa con vacunación, constituyen una situación de coyuntura favorable para nuestro país, por lo que se estima que los “buenos negocios” que se logren consolidar en estas circunstancias, pueden representar ventajas que se mantengan aún en el largo plazo (El Observador, recuadro página 2).

Precisamente, para los especialistas en mercados, el concepto de “comercialización” implica el establecimiento de un “flujo continuo”. En ese sentido, el “comercio internacional” puede entenderse como la “venta continuada de productos en el extranjero”, en contrapartida a conceptos tales como “deportación” (venta en el extranjero de un producto excedente en el mercado local) o “exportación” (venta puntual en el exterior de un producto), los cuales no involucran la idea de continuidad. Una estrategia de consolidación de una presencia permanente y protagónica en un mercado externo de la importancia del NAFTA, requiere establecer una “corriente de exportación”, expresión comúnmente utilizada precisamente para enfatizar la idea de proceso continuado en el tiempo.

Pero bien antes de que se pueda hablar, dentro de esta nueva estrategia, de negocios concretos, productos específicos, alianzas a mediano plazo con compradores o socios definidos, hay que responder muchas preguntas: ¿Qué tipo de negocios y alianzas se van a buscar? ¿Qué rango de productos se pretende comercializar? ¿Cuál es el grupo objetivo? ¿Cuáles son las características de ese cliente? ¿A través de qué canales se piensa colocar el producto? ¿Hasta qué punto de la cadena se pretende

² Ver los artículos “La carne se prepara para liderar las exportaciones”, “Expectativa por la apertura de otros mercados” y “El mercado mexicano será otro importante destino”. *Diario El Observador*, Suplemento Comercio Exterior & Transporte, págs. 1-4. Miércoles 25 de junio de 2003.

avanzar? ¿Qué precios se pueden obtener con productos con distintos niveles de valor agregado? ¿Qué grado de complejidad se demandará en la elaboración? ¿Cómo se piensa promocionar? Estas son solo algunas de las interrogantes a responder y la manera más adecuada de hacerlo es a través de estudios de mercado. Esto implica desarrollar una serie de análisis complementarios, que en tanto siguen una secuencia u orden natural de ejecución, su complejidad va en aumento debido a que los superiores contienen a los inferiores. Así pues, siguiendo a Calatrava (2002) podemos definir cinco grandes tipos de análisis que se realizan comúnmente en el marco de un estudio de mercados:

- **Análisis de Situación:** Es descriptivo e intenta definir algunas características básicas del mercado.
- **Análisis de Estructura:** Intenta conocer algunas relaciones causa-efecto entre distintas variables observadas en el mercado, como ser, ¿Cuáles son los factores que afectan el consumo? y ¿Qué relaciones hay entre éstos?
- **Análisis de Prospectiva:** Permite diseñar las estrategias de marketing para el plan. Responde a preguntas como, ¿Qué ocurriría si se introduce tal producto o se modifica aquel otro?
- **Análisis de Predicción:** Trata de establecer hacia dónde se mueve el mercado si no hay cambios que afecten su estado actual. Es una prospectiva ante una ausencia de cambios. A este nivel, los efectos de los posibles cambios se pueden evaluar agregando un estudio de escenarios.
- **Análisis de Potencial:** Responde a interrogantes tales como: ¿Hasta dónde, en términos de tamaño y desarrollo, puede llegar este mercado y en qué condiciones?

En esta publicación se presentan los resultados obtenidos a partir de una extensa investigación sobre la demanda de alimentos en los Estados Unidos, realizada entre

1999 y 2001, con particular énfasis en el consumo de carne bovina. Los trabajos llevados a cabo durante dicha investigación y que comprenden básicamente un análisis de situación y estructura de la demanda, focalizaron su atención en los hábitos de consumo de alimentos y en las características de la demanda de carnes de hogares pertenecientes a las distintas comunidades étnicas residentes en ese país, entre las que se destaca la comunidad hispana o latina. La descripción detallada de los estudios realizados, incluyendo las metodologías de muestreo y análisis estadístico se pueden encontrar en Lanfranco (1999; 2001).

A los efectos de ordenar la estructura de esta publicación, se plantean una serie de hipótesis a ser verificadas sucesivamente a través de los resultados presentados en los capítulos subsiguientes:

- La corta experiencia pasada de Uruguay con el NAFTA apenas alcanzó para mostrar la enorme potencialidad de ese mercado y sugiere la posibilidad de expansión y consolidación del flujo comercial de carne uruguaya hacia ese destino, que implique no solo un aumento en los volúmenes exportados, sino fundamentalmente una mejora en el *mix*³ que agregue valor a los productos.
- Los Estados Unidos no constituyen un “único mercado” en términos alimentarios; por el contrario, la enorme diversidad de su población (*melting pot*) permite afirmar que existen patrones diferenciados de consumo, definidos por características culturales y étnicas.
- La comunidad latina en los Estados Unidos constituye en sí misma un segmento de mercado con patrones de consumo claramente identificables. Aún cuando la comunidad hispana registra los menores niveles ingreso promedio, comparado a otros grupos étnicos, es el grupo con mayor crecimiento, no solo demográfico sino también económico en ese país.
- En lo que respecta específicamente a la

³ Composición y proporción de cortes y productos que conforman la tonelada exportada.

demanda por alimentos, las familias de origen latino han registrado consistentemente los más altos niveles de consumo de carne bovina entre la población norteamericana, por la que demuestran una marcada preferencia frente a otros tipos de carne (cerdo, aves y pescado).

Las conclusiones alcanzadas en esta investigación respaldan las hipótesis planteadas. En primer lugar, la comparación de los patrones de consumo de alimentos de la comunidad latina con los de otras comunidades y grupos étnicos de los Estados Unidos, identifican claramente a aquella como un segmento muy atractivo a ser atendido. En segundo lugar, la definición de un potencial segmento de mercado objetivo sobre el cual trabajar con mayor profundidad, posibilitaría concentrar futuros esfuerzos de promoción de las carnes uruguayas sobre un grupo de consumidores perfectamente acotado y ubicado en zonas geográficas correctamente delimitadas. De esta manera, las acciones específicas de prospectiva, predicción y potencial, que emprendan tanto el sector privado como los distintos organismos públicos e instituciones de investigación y promoción (estudios de mercado focalizados, programas de *marketing* y promoción, paneles de degustación de productos, desarrollo de relaciones comerciales, etc.) podrán llevarse a cabo de manera más efectiva, aumentando sensiblemente la probabilidad de éxito de las mismas.

2. EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS Y EL NAFTA

2.1 El Consumidor Extranjero y la Identificación de Mercados

Lo primero que debe puntualizarse es que NO se puede hablar de un “consumidor extranjero” como tal. Existen varias realidades diferentes, tanto en los precios que se pagan como en las exigencias de calidad, todo lo cual implica distintos conceptos de producto y por lo tanto, distintos mercados.

La volatilidad en el acceso a los mercados internacionales y en la permanencia en

los mismos, tradicional a lo largo de nuestra historia como país exportador de carne, ha representado siempre un factor de distorsión en la transmisión de señales desde el consumo. En particular, las decisiones en torno a las características de la materia prima que necesita la industria está estrechamente vinculada a la cartera de mercados. La composición de la misma determina el tipo y conformación de los animales requeridos y al cambiar los mercados, cambian dichas exigencias.

El abanico de mercados puede generar requerimientos “contradictorios” en torno al tipo de animal, donde a su vez, la falta de homogeneidad de las haciendas supone una dificultad adicional. Con excepción de los cortes para Hilton, a los industriales se les hace muy difícil establecer compromisos respecto al mantenimiento de estándares. Esto los ha obligado a ir definiendo las ventas a partir de las características de la materia prima que trabajan. De esta manera, las señales transmitidas a los productores siempre han sido variadas y muy poco claras.

Dejando de lado los mercados regionales (Mercosur), los que por su proximidad son los más “conocidos”, se podrían definir tres grandes grupos de mercados internacionales, de acuerdo al tipo de consumidores que representan y a sus niveles de exigencia.

Dentro del primer grupo aparecen países como Argelia, Egipto, Irán o Rusia, entre otros. Son mercados de poder adquisitivo medio a bajo, donde no existe un perfil de demanda definida. Las exigencias están pautadas por las respectivas autoridades sanitarias. El *consumidor* solo busca acceder a un alimento y a este nivel la calidad no juega un papel preponderante. Se trata, por tanto, de mercados que buscan precio exclusivamente, no existiendo mucha oportunidad para avanzar con valor agregado en los mismos. Son mercados menos exigentes y por lo tanto pagan menos.

El segundo grupo está constituido exclusivamente por Israel, el que posee características propias. Es un mercado con muchas exigencias aunque no al nivel de *con-*

sumidor, sino del *cliente*. Uruguay se ha adaptado muy bien a las mismas. Se evolucionó en la definición de los productos, en la prolijidad de los cortes, en el empaque, etc. El delantero *Kosher* ha sido tradicionalmente un excelente complemento de los cortes de trasero para Europa. El mayor problema es su zafralidad. En los meses que Israel no compra hay que buscar mercados alternativos.

El tercer grupo está conformado por los países miembros del NAFTA (Estados Unidos, Canadá y México), Japón, Corea del Sur y la Unión Europea, pudiendo considerarse también a países como Chile. Existen diferencias visibles entre todos ellos, aunque cuando se habla de valor agregado, disposición a pagar y demanda futura, todos representan el nivel más alto de exigencias.

En general, se trata de mercados relativamente saturados y de crecimiento escaso, con excepción del segmento de comidas consumidas fuera del hogar (*fast food*, hostelería, restauración, institucionales y *catering*). Son mercados donde la competencia va en aumento, con la consiguiente reducción de márgenes y precios. La capacidad de compra de los *consumidores* se ubica en niveles medios a altos, con relación a los de otros mercados. Son, por tanto, más exigentes, requieren cada vez más información y tienen mayores posibilidades de elegir lo que consumen.

El factor preponderante en todos ellos es la seguridad alimentaria. Requieren productos confiables, con procesos higiénico-sanitarios seguros, donde se entrelazan aspectos nutricionales, de funcionalidad y bienestar humano, conjuntamente con principios éticos, bienestar animal y creciente compromiso con el medio ambiente. Para los consumidores de este grupo, se debe ofrecer un producto que reúna esas condiciones, pero que a la vez posea otras características como ser ternera, sabor y color adecuados a sus requerimientos.

A pesar de estas características genera-

les comunes a todos los consumidores de los países más desarrollados, tanto los consumidores de la U.E. como los del NAFTA y particularmente los de los Estados Unidos, no están constituidos por un solo y único mercado. Estos son multimercados complejos, con mucha segmentación y diferenciación interna, donde los productos diferenciados y con componentes étnicos, dirigidos a sectores y grupos de consumidores específicos, tienen cada vez mayor espacio.

Por todas estas razones, cualquier análisis acerca del futuro de la demanda externa de carnes uruguayas debe hacerse en torno al acceso a los mercados de mayor valor. Para ello, habrá que hacer frente al aumento de exigencias que se está procesando en el mundo desarrollado, considerando todo lo relativo a productos identificados, seguridad alimentaria, producción ecológica, etc. Esto supone un gran desafío para la industria cárnica y para el país. Se deberá tratar de identificar el perfil de los clientes y trabajar con ellos.

Es difícil pensar en que se pueda llegar directamente al consumidor final de nuestra carne, con un producto identificado a través de una marca propia, fundamentalmente por un tema de volumen. Tanto en Europa como en los Estados Unidos se están imponiendo las "marcas blancas" pertenecientes a los grandes distribuidores de productos alimentarios⁴. Eso no quiere decir que no se pueda agregar valor a nuestras carnes, sino que se debe identificar adecuadamente cómo hacerlo, en qué etapas de la cadena y por sobre todo, a través de qué componentes del producto (materia prima, transformación, empaque, servicios o imagen).

En el caso particular del NAFTA, es muy importante, como regla general, la consistencia del producto y la seguridad de abastecimiento en el largo plazo. Este es indudablemente uno de los mercados más valiosos y el cual se torna imperativo reconquistar. La presencia de la carne uruguaya en este mercados fue marginal y efímera. Existe el convencimiento, por parte de la indus-

⁴ Por ejemplo, Kroger y Walmart, en EE.UU., Carrefour, Metro, Promodes y Tengelmann, en la U.E.

tria uruguaya, de que nuestra carne es buena y puede acceder a dichos mercados. Existe, sin embargo, un problema de *marketing* que debe ser encarado. Para hacerlo en forma eficiente, se deben identificar aquellos segmentos de mercado que aparezcan como más promisorios.

2.2 El NAFTA como Destino de la Carne Uruguaya

La importancia relativa que tuvo la breve experiencia del Uruguay con el NAFTA en materia cárnica queda de manifiesto cuando se analiza la evolución que ha tenido la composición de mercados, en términos de porcentaje del valor exportado en dólares,

en los últimos 20 años. La información presentada en el **Cuadro 1** compara la composición porcentual de los últimos tres años en que se exportó como país libre de aftosa, respecto a la primera mitad de la década del 80.

Puede apreciarse claramente el incremento en la participación relativa de los países que conforman el NAFTA, que en el año 2000 se constituyeron en el principal destino en términos de valores de exportación, superando a los países que hoy integran la Unión Europea y el MERCOSUR, al igual que en el 2001⁵.

En el año 2002 y ya fuera de los merca-

Cuadro 1 - Participación porcentual (%) de los distintos mercados en los dólares provenientes de las exportaciones de carne bovina

Mercados	Promedio 81 - 85	1999	2000	2001
Países que hoy integran el NAFTA	2,0	25,8	31,9	31,8
<i>EE.UU.</i>	—	14,0	12,7	13,0
<i>Canadá</i>	—	7,7	10,9	18,3
<i>México</i>	—	4,1	8,3	0,5
Países que hoy integran MERCOSUR	19,8	16,8	16,4	16,8
Resto de América	3,7	2,4	2,5	1,0
Países que hoy integran Unión Europea	28,6	27,0	20,1	26,8
Resto de Europa	2,8	4,0	3,0	2,9
Israel	6,0	17,7	15,3	18,2
Japón	1,3	2,2	3,8	0,0
Corea	—	0,0	3,0	0,0
Arabia Saudita	5,1	0,6	0,3	0,1
Irán	5,5	0,0	0,0	0,0
Resto de Asia	4,5	0,8	0,7	1,3
Argelia	0,7	2,0	2,4	0,4
Egipto	18,3	0,0	0,0	0,2
Resto de Africa	1,6	0,4	0,5	0,4
Oceanía, Prov. Marítima y Zonas Francas	0,2	0,4	0,3	0,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de INAC (2000; 2001a; 2001b).

⁵ En el 2001, las exportaciones al NAFTA y al resto de circuito no aftósico se interrumpieron a fines de abril.

dos no aftósicos, los principales destinos de las exportaciones de carne bovina fueron la Unión Europea, Israel, MERCOSUR (incluyendo a Chile), Argelia, el NAFTA y Egipto (**Cuadro 2**). Con la nueva situación sanitaria, el NAFTA continuó siendo un destino relevante (U\$S 12,7 millones), a pesar de que las exportaciones al NAFTA quedaron reducidas a algunos productos de carne elaborada dirigidos casi exclusivamente a Estados Unidos.

En 1995, Uruguay obtuvo su condición de país libre de aftosa, lo que le dio la posibilidad de acceder a nuevos mercados. Ese mismo año comenzaron, aunque tímidamente (1.700 toneladas peso embarque) las ex-

portaciones de carne bovina embarcadas ese año, comenzó un período de crecimiento de las ventas a México, embarcándose 8 mil toneladas en el año 1999, volumen que fue duplicado en el año siguiente. Para el año 2001 se esperaba mejorar aún más las exportaciones hacia ese destino, expectativa que se vio frustrada con la irrupción de la aftosa en el mes de abril.

En el **Cuadro 3** se desglosan los volúmenes anuales exportados entre 1999 y 2001, así como el promedio del período y para cada uno de los países del NAFTA, en carne enfriada, carne congelada y carne elaborada. Se presenta además la comparación con los volúmenes exportados a todos

Cuadro 2 - Principales destinos de la carne bovina uruguaya, 2002

Destino	Productos	Precio Promedio de Embarque (U\$S/ton)	Valor Total(*) en millones de U\$S
Unión Europea	Cortes del trasero	2.690	85,1
Israel	Cortes del delantero	1.770	45,6
Mercosur + Chile	Cortes del delantero y trasero	1.300	45,6
Argelia	Cortes y mantas	1.410	33,4
NAFTA	Carne elaborada y preparada	2.160	12,7
Egipto	Mantas y cortes	1.100	9,3

(*): No se incluyen menudencias ni subproductos de origen vacuno.

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de INAC (2003).

portaciones con destino a los Estados Unidos. Los precios de la carne en ese mercado, al que Uruguay accedió con una cuota consolidada de 20.000 toneladas, estaban un tanto deprimidos, lo cual no colmó las expectativas del momento (MGAP-MIEM, 1999). Ya a partir de 1996 se consolidó el volumen exportado, que mantuvo un promedio de casi 21.000 toneladas hasta el 2000 inclusive.

Las exportaciones a Canadá se iniciaron en 1997 con 8.350 toneladas para consolidarse con un continuo crecimiento a partir del año 1999. Las exportaciones totales de carne bovina con ese destino superaron las ventas a los Estados Unidos a partir del año 2000. México fue el último destino del NAFTA en abrirse a la importación de carnes uruguayas, en 1998. A las escasas 202 tone-

las destinos durante dicho período. Las cifras de 1999 y 2000 muestran claramente el aumento de la participación relativa de las exportaciones hacia el NAFTA, con respecto a la totalidad de los mercados, para todos los tipos de carne, situación que lo llevó a transformarse en el principal destino para la carne bovina uruguaya. Para la carne enfriada, esta participación pasó del 15,2% al 16,5%, en tanto que para la carne congelada y carne elaborada dichos porcentajes se incrementaron del 37,5% al 42,2% y del 22,6% al 37,2%, respectivamente.

La carne enfriada tuvo como principal destino dentro del NAFTA los Estados Unidos, que promedió las 3.450 toneladas durante estos 3 años (64,7%). México fue el segundo destino, con 1.758 toneladas de carne enfriada promedio (33,0%). Para la carne

Cuadro 3 - Volumen exportado de carne bovina enfriada, congelada y elaborada a los países del NAFTA y comparación con el exportado a todos los destinos, 1999-2001

Carne Bovina	Toneladas Peso Embarque					% NAFTA/TOTAL
	Canadá	EE.UU.	México	NAFTA	TOTAL	
Enfriada						
1999	132	4.948	1.622	6.702	44.179	15,2
2000	164	3.800	3.632	7.596	46.067	16,5
2001	75	1.602	19	1.696	26.142	6,5
Promedio	124	3.450	1.758	5.331	38.796	12,7
Porcentaje	2,3	64,7	33,0	100,0		
Congelada						
1999	16.926	16.659	6.383	39.968	106.486	37,5
2000	24.754	15.649	12.396	52.799	125.184	42,2
2001	23.263	7.552	422	31.237	73.996	42,2
Promedio	21.648	13.287	6.400	41.335	101.889	40,6
Porcentaje	52,4	32,1	15,5	100,0		
Elaborada						
1999	88	1.048	-	1.136	6.939	16,4
2000	17	1.368	-	1.385	6.127	22,6
2001	-	2.513	-	2.513	6.747	37,2
Promedio	35	1.643	-	1.678	6.604	25,4
Porcentaje	2,1	97,9	0,0	100,0		
TOTAL						
1999	17.146	22.655	8.005	47.806	157.604	30,3
2000	24.935	20.817	16.028	61.780	177.378	34,8
2001	23.338	11.667	441	35.446	106.885	33,2
Promedio	21.806	18.380	8.158	48.344	147.289	32,8
Porcentaje	45,1	38,0	16,9	100,0		

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de INAC (2001b; 2003).

congelada se registró una predominancia de los envíos a Canadá, con un promedio de 21.648 toneladas (52,4%), seguido de Estados Unidos con 13.287 (32,1%) y México en último lugar con 6.400 toneladas (15,5%). Finalmente, las exportaciones de carne congelada, cuyo volumen total promedio apenas representó un 3,5% del total de carne bovina exportada al NAFTA, se dirigieron casi exclusivamente a los Estados Unidos (98%).

Los precios promedio ponderados⁶ que se obtuvieron por tonelada de peso embarque, para los tres países del NAFTA, por año y por tipo de carne, para el período 1999-2001 se aprecian en el **Cuadro 4**. Como puede

observarse, los valores por tonelada en general mejoraron año tras año, producto, entre otras razones, de una mejora en el "mix"⁶ de productos negociados. Comparando las cifras para cada miembro del NAFTA se observa que en general los mejores precios se obtuvieron en los Estados Unidos, para todos los tipos de carne (enfriada, congelada y elaborada). Los precios entre Canadá y México han sido en general más parejos, con una leve ventaja de los primeros.

Año tras año, al nivel de cortes individuales, los precios promedio obtenidos en los Estados Unidos han estado por encima del que se obtuvo con los negocios con los res-

⁶ Para cada tipo de carne, la tonelada está compuesta por distintos productos, en distinta proporción (mix).

Cuadro 4 - Precios obtenidos por los distintos tipos de carne bovina en el NAFTA, por destino y por año y comparación con el promedio a todos los destinos, 1999-2001

Carne Bovina	Precio F.O.B. promedio en U\$S por Tonelada Peso Embarque					% NAFTA / TOTAL
	Canadá	EE.UU.	México	NAFTA	TOTAL	
<u>Enfriada</u>						
1999	2.114	2.454	2.060	2.352	2.555	92
2000	3.098	2.692	2.138	2.436	2.392	102
2001	2.387	2.652	3.053	2.645	2.344	113
Promedio	2.533	2.599	2.417	2.478	2.430	102
<u>Congelada</u>						
1999	1.535	1.934	1.652	1.720	2.003	86
2000	1.608	2.053	1.829	1.792	1.960	91
2001	1.702	2.127	2.159	1.810	1.898	95
Promedio	1.615	2.038	1.880	1.774	1.954	91
<u>Elaborada</u>						
1999	2.125	3.313	-	3.221	2.326	138
2000	4.647	3.265	-	3.282	2.226	147
2001	-	3.177	-	3.177	2.271	140
Promedio	2.257	3.252	-	3.227	2.274	142
<u>TOTAL</u>						
1999	1.542	2.111	1.734	1.844	2.172	85
2000	1.619	2.249	1.899	1.904	2.081	92
2001	1.704	2.425	2.198	1.948	2.030	96
Promedio	1.622	2.262	1.943	1.899	2.094	91

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de INAC (2001b; 2003).

tantes socios del NAFTA. Asimismo, las variaciones entre años fueron importantes. Las carnes uruguayas ingresaron a estos mercados en 1995, en un momento de precios relativamente altos. A partir de 1996 se produjo una caída importante en los precios en dichos mercados para todos los cortes, aunque esta caída resultó más profunda para los cortes más valiosos como el lomo, los bifés ancho y angosto, cuadril, colita y bola de lomo. Esta situación de bajos precios se mantuvo hasta 1999 inclusive, tras lo cual se comenzó a observar una recuperación en los dos años siguientes. El cierre de los mercados tras la reaparición de la fiebre aftosa en la región tuvo como consecuencia que no se pudiera aprovechar la nueva coyuntura de precios que se venía consolidando en el año 2001.

Si se comparan los precios ponderados para todo el NAFTA con los precios promedio de todos los destinos, se observa que la

relación de precios recibidos por aquel fue mejorando año tras año respecto al promedio general, aunque los valores ponderados promedio para todos los tipos de carne tomados en forma conjunta, estuvieron siempre por debajo de los valores ponderados promedio para todos los destinos. En 1999 representaron un 85% del promedio general, mientras que en 2000 subió al 92%, llegando a ser el 96% en el año siguiente.

Para la carne enfriada, el precio ponderado promedio por tonelada peso embarque, pagado por los países del NAFTA fue del 92% del precio promedio de todos los destinos. Sin embargo, para el año 2000 esa relación se incrementó al 102% y para el 2001, antes del brote de la aftosa, llegó al 113%. Para el caso de la carne congelada, los valores obtenidos por las carnes uruguayas estuvieron siempre por debajo del promedio general. Sin embargo, dicha brecha se fue acortando sucesivamente. Mientras para el año

1999 dicha proporción fue apenas 86%, para el 2000 fue 91%, en tanto alcanzó el 95% en el 2001. Finalmente, los valores obtenidos para las carnes elaboradas fueron claramente superiores en el NAFTA, que se ubicaron, en promedio, un 42% por encima del promedio estimado para todos los destinos.

En resumen, no hay dudas que el NAFTA constituyó un mercado muy importante para las carnes uruguayas durante el período en que el país accedió a los mercados del circuito no aftósico. Si bien en un principio no se colmaron las enormes expectativas que en términos de precios tenían los distintos participantes de la cadena cárnica, estos igualmente fueron superiores a los obtenidos en ese momento o a los que aún se obtienen en otros mercados, con excepción de los que se pagan dentro de la cuota Hilton.

2.3 La Carne Uruguay en los Estados Unidos

Una característica del comercio del Uruguay con el exterior durante la década de 1990 ha sido el paulatino aumento del déficit en su balanza comercial, que promedió los mil millones de dólares anuales durante el período 1994-2001. Como puede observarse en el **Cuadro 5**, el comercio con los Estados Unidos fue también deficitario durante el mismo período.

Las exportaciones a Estados Unidos presentaron una proporción que varió entre un 5,7% y un 8,3% de las exportaciones totales del país, por todo concepto. Si bien durante el mismo período las importaciones provenientes de ese destino promediaron el 10,7% de las importaciones totales, la brecha comercial en favor de Estados Unidos se fue reduciendo, producto de un descenso en las importaciones y un aumento en las exportaciones hacia el país nortño.

Si se analizan las importaciones de productos uruguayos (agropecuarios, forestales y pesca) por parte de los Estados Unidos, en el período 1997-2001, se observa que la participación de las carnes rojas comenzaba a mostrar una tendencia que se vio truncada con la irrupción de la aftosa en los primeros meses del año 2001. Entre 1997 y 2000, las carnes rojas representaron entre el 25% y 30% de las exportaciones uruguayas con destino a los Estados Unidos. A su vez, las mismas representaron por lo menos tres cuartas partes del total de exportaciones de productos agropecuarios a Estados Unidos durante esos años, porcentaje que cayó al 63% por esta causa, como se aprecia en el **Cuadro 6**.

Cabe destacar que entre el año 2000 y 2001 se alcanzaron varios valores récord para varios productos uruguayos exportados a los Estados Unidos. En particular, en el año

Cuadro 5 - Intercambio comercial de Uruguay, total y con EE.UU., 1994-2001

Año	Exportaciones F.O.B. (millones U\$S)			Importaciones C.I.F. (millones U\$S)			Saldo Balanza Comercial (millones U\$S)		
	Total	EE.UU.	%	Total	EE.UU.	%	Total	EE.UU.	%
1994	1.913	131	6,8	2.773	260	9,4	-859	-129	15,0
1995	2.106	123	5,8	2.867	282	9,8	-761	-160	21,0
1996	2.397	167	7,0	3.323	398	12,0	-926	-231	24,9
1997	2.726	161	5,9	3.716	432	11,6	-990	-272	27,4
1998	2.769	158	5,7	3.811	460	12,1	-1.042	-301	28,9
1999	2.242	141	6,3	3.357	375	11,2	-1.116	-234	21,0
2000	2.295	180	7,8	3.466	336	9,7	-1.171	-157	13,4
2001	2.058	171	8,3	3.061	271	8,9	-1.003	-100	10,0
Prom.	2.313	154	6,6	3.297	352	10,7	-983	-198	20,1

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente del INE (2003).

Cuadro 6 - Estados Unidos: Importaciones de productos agropecuarios, forestales y frutos del mar, provenientes de Uruguay, 1997-2001

	Importaciones desde Uruguay (en millones de U\$S)				
	1997	1998	1999	2000	2001
Productos Agrícolas, Forestales y Pesca	1997	1998	1999	2000	2001
Productos agrícolas a granel	1,4	3,3	3,2	2,6	5,7
Productos agrícolas intermedios	8,4	3,4	2,1	2,3	2,8
Productos agrícolas orientados el consumo	51,6	46,5	55,6	59,6	50,1
- <u>Total carnes rojas</u>	47,1	39,4	49,8	51,6	36,8
- Carnes rojas, frescas, enfriadas y congeladas	40,3	31,0	45,1	46,7	27,5
- Carnes rojas, preservadas y preparadas	6,9	8,3	4,7	5,0	9,3
TOTAL PRODUCTOS AGROPECUARIOS	61,4	53,2	60,9	64,5	58,5
% Carne Roja sobre Productos Agropecuarios	76,8	74,0	81,9	80,0	62,9
Forestales, excluyendo pulpa y papel	2,8	3,4	5,1	4,1	4,7
Pescados y productos del mar comestibles	13,6	18,7	19,390	29,066	23,702
TOTAL AGRO, FORESTAL Y PESCA	77,8	75,4	85,4	97,7	86,9
% Carne Roja sobre Total Agro, Forestal y Pesca	60,6	52,2	58,4	52,9	42,3
IMPORTACION TOTAL DESDE URUGUAY	160,8	158,4	141,4	179,6	171,0
% Carne Roja sobre Importación Total	29,3	25,0	35,3	28,8	21,5

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de USDA (2003a).

2000 se reportó como cifra récord los U\$S 46,7 millones de dólares en importaciones de carne rojas frescas, enfriadas y congeladas, provenientes de Uruguay, superando el récord anterior establecido en 1999 (U\$S 45,1 millones). En el 2000, la cifra total de las importaciones estadounidenses de carnes rojas uruguayas superó por primera y única vez la barrera de los U\$S 50 millones. A partir del 2002, las importaciones de carnes rojas desde Uruguay por parte de los Estados Unidos se constituyó casi exclusivamente de carnes preparadas y preservadas.

Durante el período 1997-2001, Uruguay se posicionó entre de los 10 principales abastecedores de carnes rojas a Estados Unidos. Como se observa en el **Cuadro 7**, nuestro país se ubicó entre el quinto y sexto puesto como proveedor de carnes rojas frescas, enfriadas y congeladas, en términos de valor exportado, superando incluso a Argentina en varios años. Aún con el cierre de dicho mercado a principios de 2001, Uruguay igualmente llegó al 6^{to} lugar, muy cerca de Nicaragua que por primera vez se ubicó dentro de los 5 primeros puestos. Des-

contando ese año, Uruguay representó en promedio el 1,56% del total de importaciones realizadas por Estados Unidos de carnes rojas frescas, enfriadas y congeladas, con una cifra anual promedio del orden de U\$S 40,8 millones.

También en el segmento de carnes rojas preservadas y preparadas Uruguay entró en la lista de los diez máximos proveedores, oscilando entre el noveno y décimo lugar entre los años 1997 y 2001 inclusive. Durante dicho período, Uruguay capturó en promedio el 1,47% del mercado con una cifra promedio de U\$S 6,8 millones por año para el quinquenio. Si bien en este caso está relativamente más atrás en el *ranking*, las diferencias que lo separan de sus antecesores no son tan amplias. Con U\$S 9,3 millones en el 2001, ocupó el noveno lugar detrás de México, al que incluso superó en este rubro en años anteriores, como se observa en el **Cuadro 8**.

La composición de los productos de carne bovina exportados a los Estados Unidos, a partir del ingreso con carne refrigerada en 1995 se presenta en el **Cuadro 9**. Hasta esa fecha, las exportaciones de carne

Cuadro 7 - Los 10 principales proveedores a Estados Unidos de carnes rojas frescas, enfiadas y congeladas, 1997-2001

EE.UU.: Importación de carnes rojas, frescas, enfiadas y congeladas										
Principales	1997		1998		1999		2000		2001	
Proveedores	Miles U\$S	#								
TOTAL	2.167.613		2.336.849		2.736.246		3.309.630		3.718.336	
Canadá	1.051.546	1	1.113.402	1	1.396.100	1	1.627.569	1	1.836.905	1
Australia	447.318	2	572.669	2	621.853	2	820.437	2	1.023.579	2
Nueva Zelanda	404.982	3	415.202	3	428.120	3	526.372	3	585.843	3
Dinamarca	104.844	4	107.502	4	104.687	4	141.755	4	143.928	4
Nicaragua	26.038	7	13.640	10	14.402	8	21.998	8	29.360	5
Uruguay	40.262	5	31.021	5	45.138	6	46.651	6	27.534	6
Costa Rica	27.064	6	20.741	6	27.383	7	28.976	7	25.098	7
México	—		—		9.321	10	11.771	9	15.264	8
Argentina	12.632	9	18.780	7	53.387	5	47.437	5	11.057	9
Finlandia	—		—		—		—		4.119	10
Reino Unido	13.952	8	14.374	9	11.630	9	10.082	10	—	
Honduras	10.380	10	—		—		—		—	
% URUGUAY	1,86		1,33		1,65		1,41		0,74	

Nota: # - Posición en el *ranking* de proveedores.

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de USDA (2002a).

Cuadro 8 - Los 10 principales proveedores a Estados Unidos de carnes rojas preservadas y preparadas, 1997-2001

EE.UU.: Importación de carnes rojas, preservadas y preparadas										
Principales	1997		1998		1999		2000		2001	
Proveedores	Miles U\$S	#	Miles U\$S	#	Miles U\$S	#	Miles U\$S	#	Miles U\$S	#
TOTAL	462.303		477.774		474.163		456.612		450.076	
Canadá	103.779	2	100.136	3	115.104	2	129.893	1	132.756	1
Brasil	66.960	4	102.512	1	125.020	1	93.660	2	93.872	2
Argentina	110.296	1	100.179	2	73.715	3	65.932	3	70.487	3
Dinamarca	77.824	3	67.737	4	60.967	4	55.853	4	42.409	4
Polonia	21.129	5	25.042	5	27.965	5	31.077	5	30.486	5
Italia	12.670	8	17.565	6	18.168	6	19.862	6	22.571	6
Holanda	14.458	7	14.504	7	12.633	7	17.636	7	13.502	7
México	4.497	10	6.942	10	8.269	8	7.965	9	10.034	8
Uruguay	6.871	9	8.339	9	4.707	10	4.987	10	9.267	9
Bélgica/Luxemburgo	14.986	6	10.187	8	7.088	9	8.602	8	6.939	10
% URUGUAY	1.49		1.75		0,99		1,09		2,01	

Nota: # - Posición en el *ranking* de proveedores.

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente USDA (2002b).

uruguay a ese país estuvieron limitadas a carne elaborada y cocida, las que continuaron durante el período 1995-2000 en volúmenes que se fueron reduciendo año tras año. Durante el período libre de aftosa el 79% de la carne refrigerada se embarcó congelada, destacándose en esta categoría los cuartos delanteros y traseros y cortes de delantero

y trasero sin hueso. En un segundo nivel de importancia dentro de los congelados aparecen las carnes chicas y manufactura sin hueso. El 21% restante correspondió a los productos enfriados compuestos casi en su totalidad por cuartos y cortes de trasero sin hueso y otras carnes desosadas.

Cuadro 9 - Volumen de carne bovina exportada los Estados Unidos, 1995-2000

Producto	Toneladas Peso Embarque Exportadas a EE.UU.					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
REFRIGERADA	241	22.166	18.796	14.391	21.607	19.449
ENFRIADA	9	3.021	3.343	5.024	4.949	3.800
Delantero cuartos y cortes con hueso						
Trasero cuartos y cortes con hueso						
Cuartos compensados y ½ res con hueso			35			
Otras carnes con hueso			18			
Manufactura con hueso				22		
Delantero cuartos y cortes sin hueso		131	301	97	240	412
Trasero cuartos y cortes sin hueso	9	1.119	910	1.349	1.385	1.687
Cuartos compensados sin hueso			264	228	42	
Otras carnes sin hueso		1.750	1.798	3.328	3.269	1.701
Carnes chicas		21			10	
Manufactura sin hueso			17		3	
CONGELADA	232	19.144	15.453	9.367	16.658	15.649
Delantero cuartos y cortes con hueso		72	23	3	68	49
Trasero cuartos y cortes con hueso						18
Cuartos compensados y ½ res con hueso		45	114			
Otras carnes con hueso				1		
Manufactura con hueso		17	17			
Delantero cuartos y cortes sin hueso	18	5.312	4.582	3.010	6.735	5.091
Trasero cuartos y cortes sin hueso	99	4.508	3.290	2.802	6.187	5.593
Cuartos compensados sin hueso		512	408	66	211	334
Otras carnes sin hueso		102	433	170	206	347
Carnes chicas	81	4.574	3.188	2.386	2.238	2.521
Manufactura sin hueso	34	4.002	3.398	929	1.013	1.696
ELABORADA Y SALADA	1.361	1.951	1.861	1.819	1.047	1.368
Cocida	141	99	450	688	286	1.051
Corned beef	742	1.205	705	496	235	98
Otras conservas	263	408	539	391	375	22
Tasajo	215	239	167	244	151	197
TOTAL CARNE BOVINA	1.602	24.116	20.657	16.210	22.654	20.817

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de INAC (1997-2001).

Segundo exportador mundial de carne bovina, detrás de Australia, Estados Unidos es, a su vez, el primer importador mundial. En el año 2001, Estados Unidos importó un volumen récord de 1,43 millones de toneladas peso carcasa de carne bovina, en su mayoría proveniente de Canadá, Australia y Nueva Zelandia. Las cifras preliminares para el 2002 reportaron un crecimiento de casi un 5% en dichas importaciones, ubicándose en 1,5 millones de toneladas, volumen que se estima se mantendrá en el mismo nivel para el año 2003 (USDA, 2003b).

2.4 Las Nuevas Perspectivas en el NAFTA

Existe una gran expectativa en nuestro país por la reapertura de Estados Unidos. La experiencia anterior con este país y los restantes miembros del NAFTA puso en evidencia el enorme potencial que tienen estos mercados para la carne bovina uruguaya. Las proyecciones de los volúmenes a importar por parte de este país en los próximos años y los precios esperados en dicho mercado permiten visualizar un horizonte de optimismo. Como efecto colateral pero no menos importante, la habilitación de Estados Unidos supondrá una valoración global de la carne uruguaya en todos los mercados, permitirá la superación definitiva de los inconvenientes surgidos en torno a los cupos con las exportaciones uruguayas a Canadá y la recuperación del mercado mexicano.

Los pronósticos de importación de carne bovina por volúmenes récord para los próximos años, por parte de estos dos países, refuerzan dichas expectativas. Para Canadá, séptimo importador mundial, se estima-

ron cifras récord de 307 mil toneladas peso carcasa para 2002 y 340 mil, para el año 2003. Estos altos volúmenes se proyectaron a partir de un incremento sustancial de las importaciones de carnes congeladas provenientes de Australia, Nueva Zelandia y Uruguay. Para el caso de México, quinto mayor importador del mundo, las proyecciones para 2002 se ubicaron en 489 mil toneladas, en tanto los pronósticos para el año 2003 alcanzaron un nuevo récord de 500 mil toneladas equivalente peso carcasa. La principal razón que fundamenta dichas estimaciones es un aumento en la demanda de carne por parte de una clase media que está viendo aumentados sus ingresos y de una floreciente industria hotelera y de restaurantes en México. Como se aprecia claramente en el **Cuadro 10**, los volúmenes importados por parte de Canadá y México se han ido incrementando sucesivamente en los últimos años. Actualmente, dichos niveles se encuentran sustancialmente por encima de los imperantes durante el período 1996-2001, cuando Uruguay realizó sus primeras experiencias en esos mercados. En ese sentido, la información disponible indica que la coyuntura actual de los mercados del NAFTA es más favorable que entonces.

En esta nueva instancia, la reconquista de los mercados del NAFTA debería implicar una profundización y consolidación de los flujos comerciales hacia estos destinos. Es imperativo capitalizar la experiencia anterior y aprovechar al máximo la oportunidad que brindan las actuales condiciones favorables. De ello depende que pasemos definitivamente de tener relaciones de "deportación" y "exportación" a relaciones de

Cuadro 10 - Importaciones de carne bovina por parte de Canadá y México, 1996-2003

Importaciones de carne bovina por	Miles de Toneladas Equivalente Peso Carcasa							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 ^(e)	2003 ^(p)
Canadá	228	244	232	254	263	299	307	340
México	105	203	307	358	420	426	489	500
Total	333	447	539	612	683	725	796	840

(e) Estimación preliminar; (p) Proyectado

Fuente: Elaborado sobre la base de información proveniente de USDA (2003c; 2003d).

“comercio”, con esa región del mundo. La condición necesaria para lograr este objetivo es identificar, delimitar y caracterizar correctamente los distintos segmentos de mercados existentes. Como se verá en los capítulos siguientes, la comunidad hispana residente en los Estados Unidos representa una oportunidad relevante.

3. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA COMUNIDAD HISPANA EN LOS ESTADOS UNIDOS

3.1 Interés en la Comunidad Hispana de los Estados Unidos

El término *hispano*, según su definición en el Longman Dictionary of American English, refiere a individuos o grupos que provienen o están relacionados con algún país de habla hispana o portuguesa. Se trata de una definición muy general que incluye diferentes grupos étnicos con diferentes culturas y tradiciones, más allá de que compartan un lenguaje común o similar, como el español o el portugués. La Oficina del Censo de los Estados Unidos ha venido utilizando una definición similar, en la que se considera que las personas de origen hispano son las que se autoidentificaron como tal, indicando ser de origen mexicano, puertorriqueño, cubano, centro o sudamericano, o de algún otro origen hispano (USDC, 1993; Guzman, 2001; Grieco y Cassidy, 2001). Esta definición implica que las personas de origen hispano pueden ser de cualquier raza. Para los objetivos de este estudio, los términos *hispano* y *latino* se consideraron como sinónimos, refiriendo a hogares cuyos miembros reconocieron como nacionalidad o región de origen a la mexicana, centroamericana, sudamericana o del caribe, de habla hispana o portuguesa.

Diversos estudios realizados en los últimos años han presentado evidencias de que las personas de origen hispano exhiben patrones de consumo diferentes al resto de la

población norteamericana⁷. Se han sugerido distintas razones para explicar dicho fenómeno, distinguiéndose tanto razones culturales como económicas. Si el componente étnico es un factor que afecta la demanda por alimentos, estimar con mayor profundidad los patrones de consumo de una comunidad tan importante como la hispana, puede tener enormes implicancias económicas. En lo que es particular a la demanda de carne, la apertura de dicho mercado a las exportaciones del Uruguay puede significar una gran oportunidad para nuestros productores e industriales, de confirmarse las evidencias presentadas en este trabajo, respecto a la marcada preferencia de los consumidores latinos o hispanos por la carne bovina, en comparación con los restantes grupos étnicos de Estados Unidos.

En este capítulo se presenta información detallada sobre las características socioeconómicas relevantes de la población latina residente en los Estados Unidos. Esta información es de gran importancia estratégica para el diseño de acciones en el marco de estudios de prospección, de predicción y de potencial. Permite, entre otras cosas, caracterizar adecuadamente el mercado objetivo y define las estrategias a seguir.

Dicha caracterización se obtuvo en primera instancia a partir de datos de encuestas anuales de consumo conducidas entre 1994 y 1996 por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, 1998) y posteriormente en 1998 por la Oficina de Estadísticas Laborales del Departamento de Trabajo de ese país (USDOL, 2000). En segunda instancia, se utilizaron los datos del Censo Nacional de Población de Estados Unidos del 2000 y las últimas estimaciones realizadas para el año 2002 mediante encuestas continuas de población⁸, publicados por la Oficina del Censo del Departamento de Comercio (USDC, 2003), los que confirman plenamente la información generada anteriormente. Esto verifica, por un lado, la consistencia y representatividad de las muestras poblacionales sobre las que

⁷ Los más recientes y de mayor relevancia se discuten en el capítulo 4.

⁸ CPS – Current Population Survey.

realizaron los estudios. Por otro lado, permite utilizar las variables socioeconómicas del censo para actualizar en el tiempo dicha información.

3.2 Crecimiento e Importancia de la Población Latina

Una alta tasa de nacimientos sumada a una también alta tasa de inmigración, constituye una de las razones que explican el dramático crecimiento de la población de origen latino en los Estados Unidos durante la última década. En el período transcurrido entre los dos últimos censos de población (1990 y 2000), la población de origen Hispano pasó de 22,4 a 35,3 millones, lo que supone un aumento de un 58%. En una población total estimada en el censo general del 2000 en poco más de 281 millones de personas, los Latinos o Hispanos representaron un 12,5%, cuando en 1990 este porcentaje era solamente del 9% (**Cuadro 11**).

Sin embargo, las proyecciones que realizó oportunamente la Oficina del Censo sobre el crecimiento de la población hispana para el período 1995-2050 (Day, 1996) ya parecen haber quedado totalmente superadas. Mientras que para el año 2010 se pronosticaba que los latinos representarían un 14% de la población total del país, las estimaciones más recientes indican que a marzo de 2002 la población de ese origen llegó a los 37,4 millones sobre un total de 282 millones, alcanzando el 13,4% del total de habi-

tantes. Esta cifra incluye no solo a los nuevos inmigrantes sino también a individuos de hogares hispanos con más de una generación en el país. El Director de la Oficina del Censo, Louis Kincannon, anunciaba recientemente que “las estimaciones oficiales de población indican que la comunidad hispana es ahora la minoría mayor en toda la nación”, al tiempo que aseguraba que “esto es un acontecimiento muy importante en este país – un acontecimiento que sabemos es el resultado del crecimiento de una población diversa y vibrante y que es vital para el futuro de los Estados Unidos”.⁹

3.3 Origen y Nacionalidad de los Hispanos

Los datos del último censo general de población revelan que las personas origen mexicano constituyen el grupo ampliamente mayoritario entre los latinos, con 20,6 millones de personas (58,5%), proporción ésta que ha ido en aumento¹⁰. En segundo lugar, se ubican los latinos originarios de Puerto Rico con 3,4 millones (9,6%), seguidos de los de origen cubano en tercer lugar con 1,2 millones (3,5%) y los dominicanos en cuarto lugar con 765 mil (2,2%). La **Figura 1** muestra la distribución porcentual de los Hispanos en los Estados Unidos, por nacionalidad de origen.

De los más de 35 millones de hispanos que viven actualmente en el país, poco menos de la mitad (16,3 millones) son

Cuadro 11 - Evolución de la población hispana por región (en millones de personas)

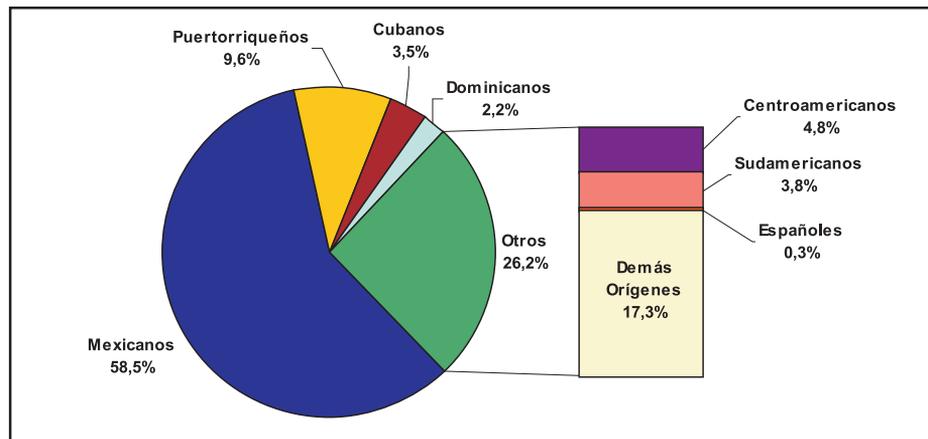
Región EE.UU.	Censo 1990			Censo 2000		
	Población Total	Población Hispana Cantidad Porcentaje		Población Total	Población Hispana Cantidad Porcentaje	
Noreste	50,8	3,8	7,4	53,6	5,3	9,8
Medio Oeste	59,7	1,7	2,9	64,4	3,1	4,9
Sur	85,5	6,8	7,9	100,2	11,6	11,6
Oeste	52,8	10,1	19,1	63,2	15,3	24,3
TOTAL	248,7	22,4	9,0	281,4	35,5	12,5

Fuente: Elaborado sobre la base de datos de los Censos 1990 y 2000 (USDC, 2003).

9 <http://www.census.gov/pubinfo/www/multimedia/LULAC.html>

10 Lanfranco, Ames y Huang (2000) reportaron en un estudio previo que en el período 1994-96 los latinos de origen mexicano no superaban el 50% del total.

Figura 1 - Distribución de la población hispana por origen: Estados Unidos, 2000



Fuente: Elaborado sobre la base de datos del Censo 2000 (USDC, 2003)

“inmigrantes de primera generación”, es decir, nacieron en América Latina. Un 68% del total de Hispanos censados, o sea 24 millones de personas, era nacido o tenía al menos uno de sus padres nacidos fuera de los Estados Unidos. En la actualidad, un total de 28 millones, uno de cada 10 residentes de este país, utiliza el idioma español en el hogar. En el estado de New Mexico esa proporción llega al 29%, seguido de cerca por Texas y California, con 27 y 26%, respectivamente.

3.4 Distribución Geográfica de las Comunidades Latinas

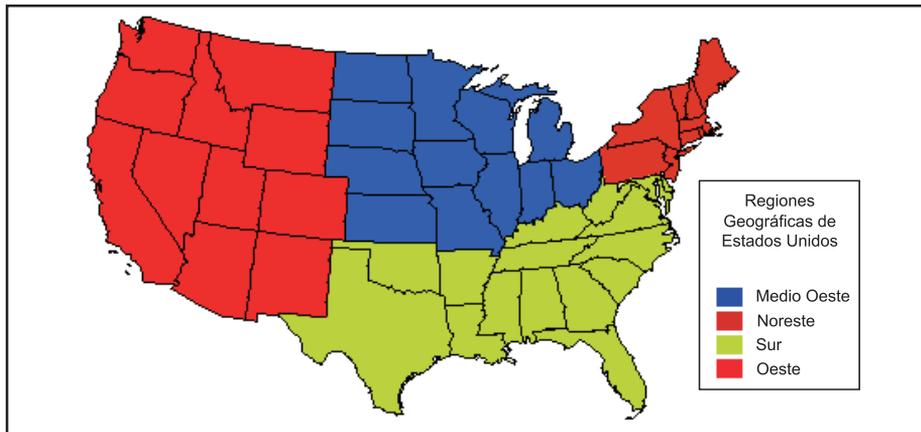
La población de origen latino no se encuentra distribuida en forma uniforme en el territorio. Más de las tres cuartas partes se concentra fundamentalmente en el oeste y en el sur del país (Lanfranco, Ames y Huang, 2000). De acuerdo a los datos del censo del 2000, el 43,5% vivía en el oeste, donde una de cada cuatro personas es de origen latino, mientras que el 32,8% vivía en el sur, donde casi un 12% de la población es de ese origen (**Cuadro 11**). Este patrón de distribución geográfica es distinto al que presentan otros grupos étnicos. Como resulta lógico suponer y dado que la inmensa ma-

yoría de los hispanos residentes en los Estados Unidos es de origen mexicano, las mayores concentraciones de latinos se encuentran relativamente próximas a la frontera con ese país. Los resultados obtenidos a partir de las muestras utilizadas en el estudio de demanda son totalmente consistentes con estas observaciones. En la **Figura 2** se presenta el mapa político de los Estados Unidos (con excepción Alaska y Hawaii, los que se consideran como parte de la región Oeste) mostrando las cuatro grandes regiones¹¹ en que se divide el territorio.

Como surge de la información presentada en el **Cuadro 12**, el 76,8% de las personas de origen latino, o sea unos 27,1 millones, viven en los siete estados con población hispana superior al millón de personas (California, Texas, New York, Florida, Illinois, Arizona y New Jersey). Cuando se incluye New Mexico, Colorado y Nevada (octavo, noveno y décimo estado con mayor población hispana, respectivamente) este porcentaje supera el 82%. En todos estos estados, la población hispana representa por lo menos un 10% del total de habitantes en los mismos, siendo New Mexico, por lejos, el de mayor proporción de pobladores de este origen (42,1%). Puede apreciarse

¹¹ **Noreste:** Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York, Pennsylvania, Rhode Island y Vermont. **Medio Oeste:** Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, Ohio, South Dakota y Wisconsin. **Sur:** Alabama, Arkansas, Delaware, District of Columbia, Florida, Georgia, Kentucky, Louisiana, Maryland, Mississippi, North Carolina, Tennessee, Texas, Virginia y West Virginia. **Oeste:** Alaska, Arizona, California, Colorado, Hawaii, Idaho, Montana, New Mexico, Oregon, Utah, Washington y Wyoming.

Figura 2 - Regiones geográficas de los Estados Unidos



Fuente: Elaborado sobre la base de Therrien y Ramirez (2001)

claramente en la **Figura 3** que la mitad de estos 10 estados pertenecen a la región Oeste.

Los mexicanos, los puertorriqueños y los cubanos se concentraron en diferentes regiones. Entre los mexicanos, el 55,3% se encuentra radicado en la región Oeste, el 31,7% vive en la región Sur, el 10,7% en la región Central y el 2,3% en la región Noreste.

Entre los puertorriqueños, el 60,9% vive en el Noreste, 22,3% en el Sur, 9,6% en la región central y el 7,2% restante en el Oeste. Los cubanos, mientras tanto, se concentran fundamentalmente en la región Sur, donde vive el 74,2%. El 13,6% vive en el Noreste, el 8,5% en el Oeste y el 3,6% en la región del Medio Oeste.

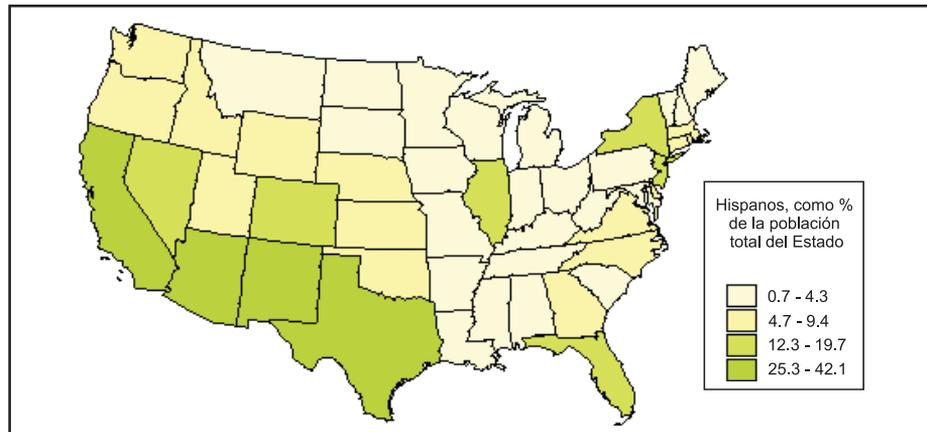
Cuadro 12 - Población hispana en los EE.UU., total y por origen, para los diez estados con mayor cantidad de hispanos: 2000

Estado	Población Total	Población Hispana		Origen Latino			
		#	%	México	P. Rico	Cuba	Otros
California ¹	33.871.648	10.966.556	32,4	8.455.926	140.570	72.286	2.297.774
Texas ²	20.851.820	6.669.666	32,0	5.071.963	69.504	25.705	1.502.494
N. York ³	18.976.457	2.867.583	15,1	260.889	1.050.293	62.590	1.493.811
Florida ²	15.982.378	2.682.715	16,8	363.925	482.027	833.120	1.003.643
Illinois ⁴	12.419.293	1.530.262	12,3	1.144.390	157.851	18.438	209.583
Arizona ¹	5.130.632	1.295.617	25,3	1.065.578	17.587	5.272	207.180
N. Jersey ³	8.414.350	1.117.191	13,3	102.929	366.788	77.337	570.137
N. Mexico ¹	1.819.046	765.386	42,1	330.049	4.488	2.588	428.261
Colorado ¹	4.301.261	735.601	17,1	450.760	12.993	3.701	268.147
Nevada ¹	1.998.257	393.970	19,7	285.764	10.420	11.498	86.288
Resto EEUU	157.656.764	6.281.271	4,0	3.108.538	1.093.657	129.150	2.039.926
TOTAL	281.421.906	35.305.818	12,5	20.640.711	3.406.178	1.241.685	10.017.244
<i>Porcentaje según nacionalidad de origen</i>				<i>58,5</i>	<i>9,6</i>	<i>3,5</i>	<i>28,6</i>

Regiones: 1 - Oeste; 2 - Sur; 3 - Noreste; 4 - Medio Oeste.

Fuente: Elaborado sobre la base de datos del Censo 2000 (USDC, 2003)

Figura 3 - Población hispana como % de la población total por estado, 2000

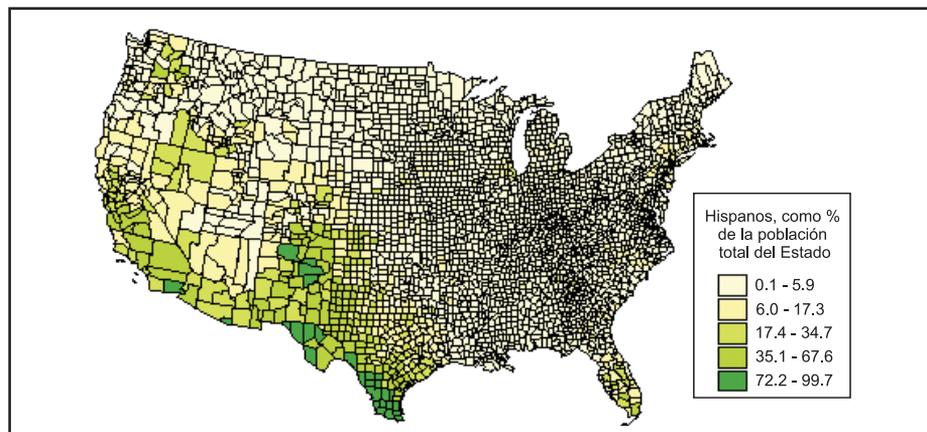


Fuente: U.S. Census Bureau (USDC, 2003)

El 13,5% de toda la población de origen hispano está concentrada en los 50 condados de los Estados Unidos en donde la población hispana representa la mayoría, o sea mayor al 50% de los residentes. De estos condados, 35 son de la región Sur (34 en Texas y 1 en Florida) y 15 están en el Oeste (9 condados en New Mexico, 2 en California, 2 en Arizona y 2 en Colorado). Fuera de estas dos regiones, existen importantes concentraciones en grupos de condados situados en los estados de Washington, Idaho, Wyoming, Utah, Illinois, New York, North Carolina, Georgia y en el Distrito de Columbia. La distribución de la población latina al nivel de condado se observa en la **Figura 4**.

Los latinos representan entre un cuarto y la mitad de los residentes en 152 condados. En 181 condados la proporción de latinos se ubica entre el 12,5% y el 25,0% de la población total del condado, mientras en 311 condados dicha proporción se ubica entre 6 y 12,5%. En los restantes 3.346 condados del país, la proporción de pobladores latinos o hispanos es inferior al 6%. De acuerdo a los datos censales del 2000, un total de 4,2 millones de latinos viven en el condado de Los Angeles, California; 1,3 millones en el condado de Miami-Dade, Florida; 1,1 millones en el condado de Harris, Texas y 1,1 millones en el condado de Cook, Illinois.

Figura 4 - Población hispana como % de la población total por condado, 2000



Fuente: U.S. Census Bureau (USDC, 2003)

Una característica general de las grandes corrientes de inmigración es la concentración de dichas comunidades en los grandes centros urbanos. Esto es particularmente cierto en el caso de los hispanos en los Estados Unidos (Lanfranco, Ames y Huang, 2000; Lanfranco, 2001). Como puede apreciarse en el **Cuadro 13**, el 64% de las familias latinas vive en áreas urbanas de más de 1,2 millones de habitantes, mientras que solamente un 6% de los latinos reside en áreas rurales.

Los datos del censo 2000 confirman plenamente estas apreciaciones. Los mayores nucleamientos de población hispana de origen mexicano se encuentran localizados en los condados de Los Angeles, California (3,0 millones), el condado de Harris, Texas (815 mil) y el condado de Cook, Illinois (786 mil). Las dos poblaciones de puertorriqueños más grandes se ubican geográficamente en dos condados de New York, el Bronx (319 mil) y el condado de Kings (213 mil), en tanto el 52,4% de los cubanos viven en el condado de Miami-Dade (651 mil). Al nivel de centros urbanos, los diez lugares con la mayor cantidad de población total y población de origen hispano se presentan en el **Cuadro 14**.

Ocho de los diez mayores lugares de

asentamiento de población hispana coinciden con los centros urbanos de mayor cantidad total de población. Solamente El Paso, Texas y San José, California, 7^{mo} y 10^{mo} lugar en el *ranking* de población latina, respectivamente, no están entre los diez primeros lugares de mayor población del país. Los datos censales revelan que los hispanos se encuentran más frecuentemente en las zonas centrales de las grandes áreas metropolitanas, en comparación a los blancos no hispanos. Casi la mitad de las personas de origen latino (46,4%) vive dentro de las grandes áreas urbanas, frente a apenas la quinta parte de los no hispanos.

En efecto, más de 1 millón de latinos viven actualmente en New York y Los Angeles, en tanto una cifra superior a las 500 mil personas de ese origen viven en Chicago, Houston y San Antonio. En New York, los puertorriqueños constituyen el grupo mayor entre los latinos (36,5%); en las restantes nueve ciudades el grupo predominante corresponde a los mexicanos, en una proporción que va desde un mínimo del 63,5% en Los Angeles a un máximo de 83,4% en San Diego.

Ajustando al nivel de "barrio" o zona más delimitada dentro de los centros urbanos, en el **Cuadro 15** se presenta la información

Cuadro 13 - Grado de urbanización de la población en los Estados Unidos, 1998

Variable Demográfica	% Hispanos	% Blancos No Hispanos	% Afroamericanos	% Otras Minorías
<u>Población Area</u>				
> 4 millones	36,4	21,9	33,4	36,2
1,20 a 4 millones	27,9	28,5	28,1	18,5
0,33 a 1,19 millones	6,4	14,1	15,8	25,8
125 a 329,9 mil	15,6	12,3	5,6	4,5
< 125 mil	13,7	23,2	17,1	15,0
- Urbano (< 125)	57,1	47,9	62,7	60,5
- Rural (< 125)	42,9	52,1	37,3	39,5
<u>Urbanización</u>				
Total Zona Urbana	94,1	87,9	93,6	94,0
Total Zona Rural	5,9	12,1	6,4	6,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

Cuadro 14 - Los diez lugares de EE.UU. con la mayor cantidad de población total y de población hispana, 2000

Lugar y Estado	Población Total		Población Hispana		% Hispanos en el Total
	Cantidad	Posición	Cantidad	Posición	
New York, NY	8:008.278	1	2:160.554	1	27,0
Los Angeles, CA	3:694.820	2	1:719.073	2	46,5
Chicago, IL	2:896.016	3	753.664	3	26,0
Houston, TX	1:953.631	4	730.865	4	37,4
Filadelfia, PA	1:517.550	5	128.928	24	8,5
Phoenix, AZ	1:321.045	6	449.972	6	34,1
San Diego, CA	1:223.400	7	310.752	9	25,4
Dallas, TX	1:188.580	8	422.587	8	35,6
San Antonio, TX	1:144.646	9	671.394	5	58,7
Detroit, MI	951.270	10	47.167	72	5,0
El Paso, TX	563.662	23	431.875	7	76,6
San José, CA	894.943	11	269.989	10	30,2

Fuente: Guzmán (2001), sobre la base de información del censo 2000.

correspondiente a los diez lugares de más de 100 mil habitantes, con mayor proporción de población latina en los Estados Unidos. Se observa que cuatro de esos diez lugares se encuentran en California, cuatro en Texas y los dos restantes en el estado de Florida. Los latinos de East Los Angeles constituían el 96,8% de los habitantes del lugar en el 2000, constituyendo más del 50% de la población en otros 18 lugares.

Como forma de ir delimitando el alcance y la localización de potenciales estudios de prospección, predicción y potencialidad, se identifican los estados de California y Texas como objetivos principales de acción. California es el estado con mayor cantidad total de habitantes del país (33,9 millones) y uno de los cuatro estados en los que la proporción de latinos respecto a la población total, supera la cuarta parte. El por-

Cuadro 15 - Los diez lugares de los EE.UU. con población mayor a 100 mil habitantes, con el porcentaje de Hispanos más alto, 2000

Lugar y Estado	Cantidad de Habitantes		% Hispanos en el Total
	Total	Hispanos	
East Los Angeles, CA	124.283	120.307	96,8
Laredo, TX	176.576	166.216	94,1
Brownsville, TX	139.722	127.535	91,3
Hialeah, FL	226.419	204.543	90,3
McAllen, TX	106.414	85.427	80,3
El Paso, TX	563.662	431.875	76,6
Santa Ana, CA	337.977	257.097	76,1
El Monte, CA	115.965	83.945	72,4
Oxnard, CA	170.358	112.807	66,2
Miami, FL	362.470	238.351	65,8

Fuente: Guzmán (2001)

centaje de personas de origen latino es del 32,4%, lo que le da el segundo lugar detrás de New Mexico, aunque con una población latina 14 veces superior a éste último, en términos absolutos. En California viven 11 millones de latinos, concentrando así el 31% de la población de origen hispano de los Estados Unidos.

El territorio de California está subdividido en 58 condados. En 10 de estos (Colusa, Monterrey, San Benito, Merced, Madera, Fresno, Kings, Tulare, Los Angeles e Imperial), los latinos representan entre 43,6 y 72,2% de la población total. En 9 condados (Glenn, San Joaquín, Stanislaus, Kern, Santa Bárbara, Ventura, Orange, San Bernardino y Riverside) los latinos representan entre 29,6 y 39,2% de la población, en tanto en 8 condados (Yolo, Napa, Sutter, San Francisco, San Mateo, Santa Cruz, Santa Clara y San Diego) esta proporción se ubica en el rango entre 21,9% y 26,8%.

Como ya fue discutido a partir de los resultados del **Cuadro 4**, Los Angeles, San Diego y San José se encuentran entre las 10 ciudades con mayor cantidad de personas de origen hispano en los Estados Unidos, en tanto, las zonas de East Los Angeles (96,8%), Santa Ana (76,1%), El Monte (72,4%) y Oxnard (66,2%) se encuentran en la lista de los diez lugares con más de 100

mil habitantes con mayor concentración de pobladores de este origen. Entre los lugares de menos de 100 habitantes se destacan Pomona (64,5%), Salinas (64,1%), Norwalk (62,9%), Ontario (59,9%), Downey (57,9%) y Fontana (57,7%).

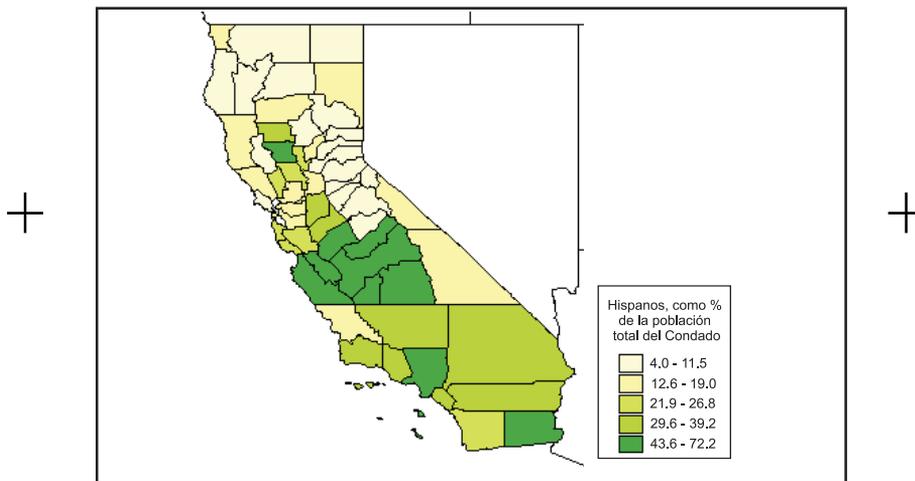
Como se ilustra en la **Figura 5**, las mayores concentraciones de latinos en el estado de California se encuentran ubicadas en los condados de la zona centro, fundamentalmente al sudeste de San Francisco aunque también al noreste de esa ciudad, así como en los alrededores de Los Angeles, en la zona sur del estado. Esto permite identificar al menos dos zonas potenciales para desarrollar estudios específicos de demanda de carne bovina.

Texas, por su parte, tiene una población de 20,9 millones de habitantes, de los cuales 6,7 millones son latinos (32%). Las dos zonas identificadas como objetivos potenciales para estudios de demanda son el área de influencia de Houston, al sur, y los alrededores de El Paso, al oeste del estado (**Figura 6**).

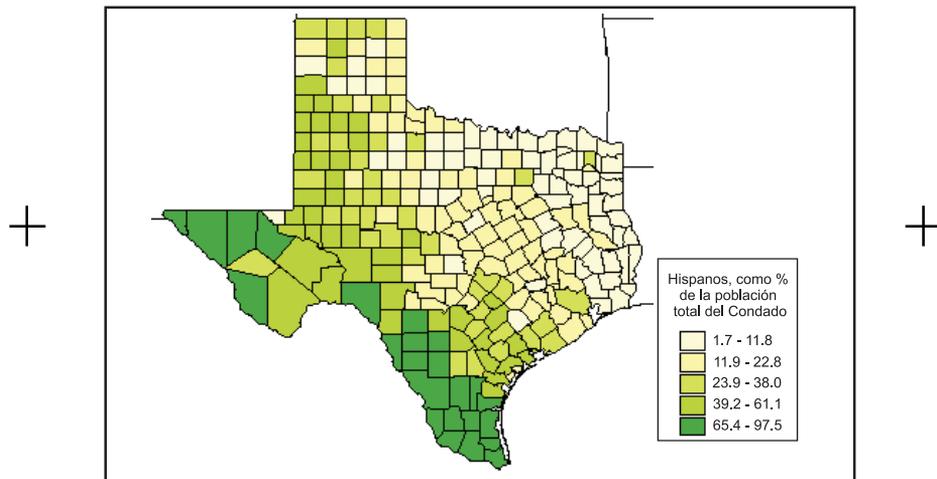
3.5 Caracterización Socioeconómica de la Población Hispana

De acuerdo a los datos del censo, el 93,7% de los latinos o hispanos se identificó como perteneciente a una única raza,

Figura 5 - Hispanos en California como % de la población total por condado: 2000



Fuente: U.S. Census Bureau (USDC, 2003)

Figura 6- Hispanos en Texas como % de la población total por condado: 2000

Fuente: U.S. Census Bureau (USDC, 2003)

mientras el 6,3% restante indicó pertenecer a dos o más razas diferentes. El 47,9% de las personas de origen latino se identificó como de raza blanca. Solamente el 2,0% se definió como de raza negra, en tanto el 1,2% se definió como amerindios o nativos de Alaska. El 43,6% restante dijo pertenecer a otras razas distintas a las anteriores.

La serie de variables demográficas y socioeconómicas analizadas en el marco de los estudios de demanda mostraron que la población latina tiene claros rasgos distintivos que la diferencian de otras comunidades. Por otra parte, como ya fue dicho, los datos censales del 2000 confirman plenamente los resultados obtenidos en estos estudios (Lanfranco, Ames y Huang, 2000; 2001; 2002a; 2002b, Lanfranco y otros, 2001). Las familias de origen hispano son en promedio más numerosas que las de las restantes comunidades étnicas que viven en los Estados Unidos. En el 2000, el 30,6% de las familias hispanas estaba compuesta por 5 o más personas, en claro contraste con el 11,8% de familias de raza blanca no hispana que tenían ese tamaño. Por el contrario, el porcentaje de familias compuestas por solamente dos personas fue 21,7% para los latinos, en tanto para los blancos no latinos fue 46,0%.

Los hispanos o latinos son, en promedio, más jóvenes que los individuos de otros ori-

genes. El censo del 2000 reveló que el 38% de los hispanos no superaba los 19 años de edad, en tanto, solamente un 25,3% de los blancos no hispanos estaban en esta categoría. De la misma forma, si bien, el 33,1% de las personas de origen latino estaba en la franja de 25 a 44 años, este porcentaje era solamente del 28,4% para los blancos no hispanos. Por otro lado, en la otra punta de la pirámide, solamente el 5,1% de los latinos tenía 65 años o más de edad, frente al 14,4% de los blancos no hispanos, mientras que los porcentajes para la franja comprendida entre 45 y 64 años eran de 14,3 y 25,8%, respectivamente. En contraposición, la mediana de la distribución para el total de la población norteamericana se ubicó en los 35,3 años de edad, para la comunidad este índice se ubicó en 25,9 años. Los hispanos de origen mexicano constituyen el grupo más joven entre los latinos, con una edad mediana estimada en 24,2 años.

La información del **Cuadro 16** compara la composición de los hogares hispanos con la de grupos de otros orígenes. En 1998, el 46,6% de los núcleos familiares compuestos por personas de origen latino cuenta con individuos menores de 18 años, comparado con el 32,1% para los blancos no hispanos, el 32,4% para los afroamericanos y el 38,0% de las familias pertenecientes a otros grupos minoritarios. Asimismo, solamente un

Cuadro 16 - Composición de los hogares por grupo étnico en los EE.UU., 1998

Composición de la Familia u Hogar	% Hispanos	% Blancos No Hispanos	% Afroamericanos	% Otras Minorías
Matrimonio solo	13,0	24,6	11,5	12,9
M + Hijos < 6 años	7,8	5,2	4,1	4,2
M + H 6 – 17 años	21,0	15,0	7,1	17,8
M + H < 17 años	9,3	6,5	5,1	10,8
Otros Matrimonios	11,3	3,6	6,9	11,2
Padre + Hijos < 18	0,7	0,8	0,5	0,7
Madre + Hijos < 18	7,8	4,6	15,6	4,5
Solteros solos	13,7	29,7	27,0	24,7
Otros Hogares	15,4	10,0	22,2	13,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

13,7% de los hogares hispanos están compuestos por personas solteras viviendo solas. Para los otros tres grupos considerados estos porcentajes son del 29,7, 27,0 y 24,7%, respectivamente.

Como complemento a la información anterior, cabe destacar que la proporción de hogares que podrían definirse como “bien constituidos” es ampliamente superior entre los latinos, en comparación con los grupos restantes. El 64% de los jefes de familia hispanos manifestó estar casado, frente a un 60,4% entre los jefes de familia de otras minorías, un 55,9% entre los blancos no hispanos y solamente un 35,5% entre los afroamericanos. En cuanto a la edad de los jefes de hogar, Lanfranco, Ames y Huang (2000) reportaron que el 59,6% se encontraba entre los 25 y los 44 años de edad, para el trienio 1994-96. La media para el período se ubicó en los 41 años (Lanfranco, Ames y Huang, 2000; 2002a; Lanfranco y otros, 2001; Lanfranco, 2001).

La información que surge del **Cuadro 17** complementa la información presentada anteriormente. Las familias de origen latino son más numerosas y más jóvenes en términos de composición y edad promedio. Sin embargo, también son las de menores ingresos y cuentan con el mayor índice de personas asalariadas en el hogar. En 1998, el ingreso total anual de una familia hispana

promediaba los U\$S 32.296, frente a los U\$S 30.216 de las afroamericanas, ambas, sensiblemente por debajo de los U\$S 45.747 que promediaron los hogares integrados por blancos no hispanos y U\$S 47.508 de los pertenecientes a otras minorías. Puede observarse que aunque el ingreso promedio familiar es levemente superior al de las familias afroamericanas, los latinos ostentan los menores niveles de ingreso promedio por adulto en la familia (U\$S 263,54/semana) y por asalariado (U\$S 394,30/semana) de entre todos los grupos de hogares. De todos modos, el ingreso promedio de las familias hispanas ha venido mejorando notoriamente en los últimos años. En 1998 casi un 26% de las personas de origen latino registraban un nivel de ingreso que los situaba por debajo de la línea de pobreza. Las últimas estimaciones indican que a marzo de 2002 dicho porcentaje se había reducido al 21,4% (USDC, 2003).

Tanto latinos como afroamericanos tienen una similar distribución del ingreso familiar. El **Cuadro 18** muestra que casi el 58% de las familias hispanas tienen un ingreso por debajo de los U\$S 40.000 al año, cifra levemente inferior a la registrada para las familias afroamericanas (60,8%), aunque como ya se dijo, al tener familias más numerosas el ingreso per capita es menor para los primeros. En comparación, para los demás

Cuadro 17 - Estadísticas socioeconómicas básicas de los hogares en EE.UU., 1998

Estadísticas Básicas	Hispanos	Blancos No Hispanos	Afroamericanos	Otras Minorías
Personas por hogar (número)	3,40	2,41	2,67	2,98
Equivalente Adulto por hogar (E.A.)	2,79	2,08	2,20	2,58
Relación E.A. / personas en el hogar	0,82	0,86	0,82	0,87
Personas < 18 a (número)	1,62	0,61	0,92	0,86
Personas > 65 años (número)	0,18	0,36	0,19	0,29
Edad promedio jefe del hogar (años)	40,8	49,5	45,5	46,2
Ingreso anual por hogar (U\$S)	32.396	45.747	30.216	47.508
Ingreso semanal por hogar (U\$S)	623,00	879,75	581,07	913,62
Ingreso semanal por E.A. (U\$S)	263,54	455,56	314,65	426,98
Asalariados por hogar (número)	1,58	1,32	1,26	1,54
Ingreso semanal por asalariado (U\$S)	394,30	666,48	461,17	593,26
Hogares bajo la línea de pobreza (%)	25,9	11,2	25,8	13,9
Hogares que reciben bonos de alimentación (%)	17,6	8,3	20,9	12,2
Hogares pobres que reciben bonos de alimentación (%)	67,9	73,6	81,2	87,5

Nota: Utilizando la *Escala Amsterdam*, la unidad de referencia o Equivalente Adulto (E.A.) corresponde a una persona adulta (>18 años) de sexo masculino. Jóvenes de sexo masculino, de entre 14-17 años equivalen a 0,98 E.A., en tanto mujeres de 14 años en adelante equivalen a 0,90. Individuos de ambos sexos menores de 14 años se consideran 0,52 E.A. Por más información referirse a Stone (1954) y Deaton y Muellbauer (1980).

Fuente: Lanfranco (2001)

Cuadro 18 - Distribución del ingreso en los hogares de EE.UU. por grupo étnico, 1998

Nivel de Ingreso	% Hispanos	% Blancos No Hispanos	% Afroamericanos	% Otras Minorías
< 5.000	4,4	2,9	4,6	3,1
5.000 – 14.999	10,0	8,6	15,1	8,4
15.000 – 19.999	11,3	10,2	14,0	5,6
20.000 – 29.999	12,2	8,5	12,0	9,4
30.000 – 39.999	19,8	13,7	15,1	17,4
40.000 – 49.999	13,2	11,5	12,0	12,2
50.000 – 59.999	10,8	10,2	9,2	10,1
60.000 – 69.999	11,7	15,3	11,4	12,9
> 70.000	6,6	19,1	6,6	20,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

grupos (blancos no-hispanos y otros grupos minoritarios) este porcentaje llega apenas al 44%. En el otro extremo, la proporción de familias latinas y afroamericanas con ingresos por encima de los U\$S 60.000 apenas llega al 18% mientras que para los otros dos grupos supera el 34%.

Al investigar acerca de la composición de los asalariados en la familia, presentada en el **Cuadro 19** nos encontramos con que donde se verifica la mayor proporción de cónyuges que trabajan por un salario, sólo o además del jefe de familia u otros miembros del hogar, es en la comunidad latina, con un porcentaje que supera el 44%. Esta es una cifra sensiblemente superior a la observada en familias pertenecientes a otros grupos, especialmente en el caso de los afroamericanos, que no llegan al 25%. La proporción de familias donde el cónyuge del jefe de familia es asalariado no llega al 38%. Por otro lado, solamente un 11% de las familias de origen latino no tiene asalariados, o sea, vive de rentas. Los demás grupos reportan porcentajes mayores.

La información proporcionada en el **Cuadro 20** muestra que el 52,6% de las familias hispanas posee vivienda propia, cifra similar o levemente superior a la reportada por los afroamericanos (49,0%) y las familias pertenecientes a otras minorías étnicas (51,2%), pero sensiblemente menor a proporción observada para la población blanca

no hispana (71,2%).

La comunidad latina presenta actualmente los menores niveles de educación entre los jefes de hogar, con respecto a los otros grupos que viven en los Estados Unidos (**Cuadro 21**). El 59,8% de las personas de origen hispano había al menos culminado la secundaria en 1988, en tanto que en el censo de 2000 dicho coeficiente se estimó en 57%. Se trata de una cifra sensiblemente baja en comparación con el 87,8% reportado por la población blanca no hispana (88,4%, según el censo 2000). Adicionalmente, solo un 32,5% recibió educación terciaria. Si se considera la proporción de jefes de hogar hispano que poseen algún título de nivel terciario esa cifra se reduce al 16,9%, en tanto solamente un 3,7% posee título de maestría o doctorado.

Como resumen de la información presentada hasta el momento se pueden extraer algunas conclusiones importantes referentes a la caracterización demográfica y socioeconómica de la comunidad latina de los Estados Unidos, la cual posee características bien diferenciadas que la distinguen de otras comunidades que viven en el país. Aunque en promedio los miembros de los hogares hispanos son más pobres y menos educados en comparación con el resto, tienen núcleos familiares más numerosos y relativamente más jóvenes en términos de edad de sus integrantes, contando además

Cuadro 19 - Composición de los asalariados en los hogares de EE.UU., 1998

Composición de los asalariados	% Hispanos	% Blancos No Hispanos		% Otras Minorías
		% Afroamericanos		
Jefe de familia solamente	28,4	29,7	37,8	35,5
Jefe y cónyuge	27,6	26,1	17,3	19,9
Jefe, cónyuge y otros	9,0	6,6	2,5	13,9
Jefe de familia y otros	12,5	8,7	14,5	8,0
Cónyuge solamente	5,9	4,2	3,6	2,5
Cónyuge y otros	1,7	0,9	1,3	1,1
Otros solamente	3,9	2,3	5,9	5,9
Sin asalariados	11,0	21,5	17,1	13,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

Cuadro 20 - Tenencia de la vivienda por grupo étnico, 1998

Tipo de Tenencia	% Hispanos	% Blancos	% Afroamericanos	% Otras
		No Hispanos		
Dueño, con hipoteca	36,9	44,0	36,8	36,6
Dueño, sin hipoteca	15,7	27,2	12,2	14,6
Inquilino	45,7	25,9	48,7	45,7
Otra tenencia	1,7	2,9	2,3	3,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

Cuadro 21 - Nivel educativo del jefe de hogar por grupo étnico en EE.UU., 1998

Composición de la Familia u Hogar	% Hispanos	% Blancos	% Afroamericanos	% Otras
		No Hispanos		
Sin educación formal	1,0	0,0	0,5	1,7
Primaria (1-8 Grado)	24,0	4,1	6,6	8,0
Estudios secundarios	15,2	8,1	16,3	7,0
Secundaria completa	27,4	30,7	33,2	18,5
Estudios terciarios	15,6	20,4	20,9	17,4
Título de grado	13,2	26,1	17,1	30,0
Título de posgrado	3,7	10,6	5,4	17,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Lanfranco (2001)

con mayor cantidad de personas que trabajan en la familia. Esto les otorga una gran ventaja frente a otros grupos étnicos, pues cuentan con un enorme potencial de crecimiento no solo demográfico sino económico.

En efecto, la comunidad hispana es la que más crece en los Estados Unidos a causa de los altos índices de natalidad y de inmigración que presenta. De acuerdo a las nuevas proyecciones de la Oficina del Censo, la comunidad hispana llegaría al 16% de la población total del país para el año 2010. Sin embargo y como fuera referido anteriormente, al día de hoy los latinos o hispanos ya constituyen el grupo minoritario más importante en los Estados Unidos, habiendo superado inclusive a la población afroamericana.

Pero lo más importante a destacar es que dicho crecimiento de población se está viendo acompañado, además, de un sostenido crecimiento económico. En 1997, se iden-

tificaron 1,2 millones de empresas en manos de hispanos en los Estados Unidos, o sea un 6% de los 20,8 millones de empresas no agropecuarias del país, siendo la mayoría perteneciente a mexicanos (472 mil). Dichas empresas emplearon 1,4 millones de personas y generaron beneficios por algo más de 183 mil millones de dólares. Esto representa un crecimiento de más del 30% con respecto al año 1992, sin contabilizar corporaciones cuyos accionistas prefieren liquidar sus impuestos como individuos en vez de cómo corporaciones. Si se considera el período de 10 años transcurrido entre 1987 y 1997, este crecimiento se ubica en un 145%. Del total de empresas pertenecientes a grupos de población minoritarios en 1997, el 39% pertenecía a hispanos, porcentaje que les otorgó el primer lugar entre las minorías del país.

Los estados de New Mexico (21,5%), Texas (15,8%), Florida (14,9%) y California (13,1%) son los que cuentan con la mayor

cantidad de firmas pertenecientes a hispanos sobre el total de firmas del estado. En números absolutos, sin embargo, el liderazgo es de California y Texas, que cuentan con 2,6 y 1,5 millones de firmas en manos de la comunidad hispana, respectivamente. Los ingresos por ventas generados por las firmas latinas de California alcanzaron los U\$S 51,7 mil millones en 1997, en tanto, las de Texas llegaron a los 39,5 mil millones.

Con un poder de compra que ha venido aumentando a una tasa acumulativa anual del 7,5% durante la década de los 90 y que hoy supera ampliamente los 400 mil millones de dólares, el mercado hispano es considerado como el de mayor crecimiento y desarrollo en los Estados Unidos.

4. LA DEMANDA POR CARNE BOVINA DE LA COMUNIDAD HISPANA

4.1 Las Características Étnicas y los Patrones de Consumo de Alimentos

Diversos estudios realizados en los últimos años han sugerido que las personas de origen *hispano* o *latino* exhiben diferentes patrones de consumo con relación al resto de la población de los Estados Unidos. Tras el análisis de 13 años de información proveniente de encuestas de gastos al nivel de consumidores, Fan y Zuiker (1998) observaron que los hogares de origen hispano destinaban una mayor proporción de sus ingresos a gastos de alimentación en el hogar, vivienda y vestimenta, que los no hispanos, en contraposición, destinaban una cantidad sustancialmente menor a gastos de alimentación fuera del hogar, entretenimiento, educación, salud y tabaco. A partir de este estudio, los autores concluyeron que los precios, el nivel de ingresos y otras características socioeconómicas diferentes a las de tipo étnico, explicaban en parte la dife-

rente asignación del gasto en bienes de consumo y servicios en general, entre los hogares hispanos y los no hispanos. Sin embargo, controlando todas estas variables encontraron que, aunque menores, dichas diferencias subsistieron en forma significativa para la mayoría de las categorías de gasto consideradas, entre estas la correspondiente a gastos de alimentación.

Por su parte, Fan y Lewis (1999) presentaron evidencia estadística que explica que las diferencias en asignación del ingreso familiar al consumo de bienes y servicios por parte de hispanos y afroamericanos son significativas. En lo que respecta a los gastos de alimentación, sus resultados indicaron que las familias de origen hispano dedicaron un 23,4% de sus ingresos a "alimentación en el hogar" (AEH) y un 3,9% a "alimentación fuera del hogar" (AFH), totalizando en 27,3% el presupuesto total asignado al rubro alimentación. Los hogares afroamericanos, mientras tanto, asignaron un 25,0% del ingreso a este rubro, dividiéndose en 23,4% a AEH y un 3,4% en AFH. Para esas mismas categorías generales de alimentación, Holcomb, Park y Capps (1995) reportaron valores de aproximadamente un 15% del ingreso familiar destinado a alimentación, desglosándose en 9% para AEH y 6% en AFH, para una familia promedio en los Estados Unidos.

Los resultados publicados por Lanfranco, Ames y Huang (2000; 2001; 2002a) a partir de datos de consumo durante el trienio 1994-1996, de casi 7.000 hogares clasificados en tres grupos de acuerdo su origen étnico-cultural (hispanos, afroamericanos y blancos no hispanos), son totalmente consistentes con la evidencia anterior. En ese sentido, la primera observación que puede realizarse es que, en razón de ser las comunidades de menor ingreso promedio, los latinos dedican una mayor proporción del ingreso familiar total a gastos de alimentación, conjuntamente con los afroamericanos¹². Esto es

¹² Estos resultados suponen una verificación de la *Ley de Engel*, llamada así en honor del estadístico alemán Ernst Engel (1821-1896) quien estudiando los patrones de consumo de diferentes grupos de individuos con diferentes ingresos, constató que las personas gastaban una proporción cada vez menor de sus ingresos en alimentación, a medida que aumentaban sus ingresos.

Cuadro 22 – Patrones de gasto en alimentación de hogares hispanos, afroamericanos y blancos no hispanos en los Estados Unidos, 1994-96

Variable	Hispanos		Afroamericanos		Blancos No Hispanos	
Ingreso por Hogar (U\$S/Sem.):	509,58	(192,10)	484,04	♣(223,75)	769,59	♦(362,92)
<u>Gasto Alimentación (U\$S/Sem.):</u>						
Total	105,83	(38,46)	86,13	(37,82)	104,20	♦(47,99)
En el hogar (AEH)	88,66	(31,91)	73,02	(31,98)	80,84	♦(36,58)
Fuera del hogar (AFH)	17,17	(6,54)	13,11	(5,84)	23,36	♦(11,41)
<u>Proporción del Gasto en (%):</u>						
Total	29,4		26,4		18,2	
En el hogar (AEH)	25,8		23,4		14,8	
Fuera del hogar (AFH)	3,6		2,9		3,4	

Nota: Datos a nivel de hogar, excepto cifras en paréntesis, donde se reportan al nivel *Equivalente Adulto*.

Los símbolos ♦ y ♣ indican diferencias significativas en las medias, de al menos un 5%.

Fuente: Lanfranco, Ames y Huang (2001)

particularmente observado en el caso de los gastos de alimentación consumida en el hogar (AEH).

En el **Cuadro 22**, se presenta un resumen de los resultados obtenidos por Lanfranco, Ames y Huang (2001). En el período 1994-1996, los hogares hispanos y afroamericanos destinaron un porcentaje sensiblemente mayor de sus ingresos a gastos totales de alimentación que los blancos no hispanos, 29,4 y 26,4% de los primeros, frente a 18,2% del último. Los dos primeros grupos, que exhibieron los niveles de ingreso más bajos, gastaron una mayor proporción en AEH que el tercer grupo, 25,8, 23,4 y 14,8%, en ese orden. El ingreso y el tamaño del núcleo familiar jugaron un papel preponderante para explicar dichas diferencias. Analizando el gasto semanal por *equivalente adulto*¹³, se encontró que hispanos y afroamericanos gastaban un monto similar en alimentación y en las dos subcategorías, AEH y AFH. Por el contrario, los blancos no hispanos destinaban una cifra per cápita sustancialmente mayor en las tres categorías, pero especialmente en AFH.

Estos resultados fueron plenamente confirmados por Lanfranco (2001) utilizando da-

tos de consumo de 1998, a partir de una muestra de más de 4.400 hogares, donde se consideró un cuarto grupo representando a otras comunidades no consideradas en los tres grupos anteriores (asiáticos, pacífico-insulares, amerindios, esquimales y otros grupos étnicos minoritarios). Aunque la proporción de los ingresos totales del hogar destinada a alimentación disminuyó para todos los grupos, se comprobó que los hogares pertenecientes a las comunidades de mayores ingresos promedio gastan proporcionalmente más en alimentos consumidos fuera del hogar (restaurantes y similares), que los pertenecientes a las comunidades más pobres.

Como se aprecia en el **Cuadro 23**, el gasto total en alimentación para las familias de origen hispano, el grupo de menor ingreso per capita, promedió U\$S 91,60 por semana y por hogar. Claramente, los hispanos dedican la mayor proporción de dicho gasto en alimentos preparados y consumidos en el hogar, en comparación con los grupos restantes. De la cifra señalada precedentemente, U\$S 63,03 correspondieron a AEH (69%) y U\$S 28,57 correspondieron a AFH (31%). Los hogares de origen afroamericano ocupan un 66 % de los gas-

13 Ver nota Cuadro 17.

Cuadro 23 - Patrones de gasto en alimentación de hogares hispanos, afroamericanos, blancos no hispanos y otras minorías en los Estados Unidos, 1998

Variable	Hispanos	Blancos No Hispanos	Afroameri- canos	Otras Minorías	Todos los Hogares
<u>Gasto por Hogar (U\$S/Sem.):</u>					
Alimentación total	♦91,60	♦89,07	69,52	♣107,76	♦88,79
Alimentación en el hogar (AEH)	♣63,03	♦54,29	45,97	♣65,63	♦55,10
Alimentación fuera del hogar (AFH)	♦28,57	♣34,76	23,55	♥42,12	♣33,67
<u>Gasto por E.A. (U\$S/Sem.):</u>					
Alimentación total	36,91	♦45,67	35,34	♦44,73	♦43,88
Alimentación en el hogar (AEH)	♦24,52	♣27,25	22,62	♣♦25,71	♦26,49
Alimentación fuera del hogar (AFH)	12,39	♦18,42	12,72	♦19,02	♦17,4
<u>Proporción sobre Alimentación (%):</u>					
Alimentación en el hogar (AEH)	68,8	61,0	66,1	60,9	62,1
Alimentación fuera del hogar (AFH)	31,2	39,0	33,9	39,1	37,9
<u>Proporción sobre Gasto Total (%):</u>					
Alimentación total	21,4	15,4	17,3	16,1	16,1
Alimentación en el hogar (AEH)	15,3	9,9	12,3	10,7	10,7
Alimentación fuera del hogar (AFH)	6,1	5,4	4,9	5,4	5,5

Nota: E.A. = *Equivalente Adulto*.

Los símbolos ♦, ♥ y ♣ indican diferencias significativas en las medias, de al menos un 5%.

Fuente: Adaptado de Lanfranco (2001)

tos de alimentación a AEH, mientras que los restantes no superan el 61%.

Con relación al presupuesto total de gastos de la familia, se verifica nuevamente que los latinos gastan proporcionalmente más en alimentación que los restantes grupos. Los gastos en alimentación total, AEH y AFH, por parte de los hogares hispanos, representan 21,4, 15,3 y 6,1%, en ese orden. Para los hogares afroamericanos, estos porcentajes fueron estimados respectivamente en 17,3, 12,4 y 4,9%, en tanto para otros grupos minoritarios fueron, 16,1, 10,7 y 5,4%, en ese orden. Para el resto de la población (blancos no hispanos) dichos porcentajes se estimaron en 15,4, 9,9 y 5,4, respectivamente.

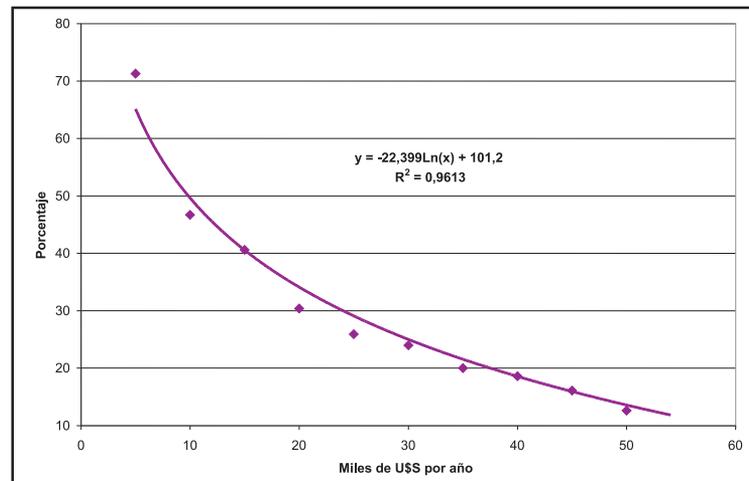
Lanfranco y otros (2001) confirmaron que la *Ley de Engel* se cumple también "dentro" de la comunidad latina. En efecto, para los hogares de este origen, el porcentaje de ingresos destinados a alimentación declinaba sensiblemente a medida que estos aumentaban, como se observa en la **Figura 7**. La

relación entre el nivel de ingresos y el porcentaje de los mismos dedicados a los gastos de alimentación tienen una clara relación negativa de tipo semilogarítmica. Los hogares hispanos más pobres, con un ingreso promedio anual inferior a los U\$S 5.000, destinaron más del 70% de esa cifra a alimentación. Dicha proporción cae rápidamente hasta llegar a un 30% para las familias con ingresos anuales promedio de entre 15 y 20 mil dólares. En el otro extremo, las familias con ingresos anuales promedio superiores a los U\$S 50.000 destinan alrededor de un 12% a gastos de alimentación.

En cuanto a los hábitos de compra, Lanfranco (1999) señaló que, independientemente de su nivel de ingresos, la absoluta mayoría de los latinos (94,4%) adquirirían los alimentos en supermercados, en tanto casi un 58% del total de las compras de este rubro se realizaba con una frecuencia de al menos una vez a la semana.

La segunda observación a destacar se re-

Figura 7 - Proporción del ingreso que las familias hispanas en los Estados Unidos destinan a alimentación, de acuerdo al nivel de ingreso familiar, 1994-1996



Fuente: Elaborado en base a datos publicados por Lanfranco y otros. (2001)

fiere al consumo familiar de distintos tipos de alimentos. En ese sentido, se estudio la demanda en cantidades físicas (gramos por semana) para nueve grandes grupos de alimentos (granos, vegetales, frutas, lácteos, carnes, legumbres y habas, aceites y grasas, azúcares y carbohidratos, bebidas). La información presentada en el **Cuadro 24** sugiere que los latinos muestran una amplia preferencia por las legumbres y habas, en comparación con los afroamericanos y blancos no hispanos. Esta categoría de alimentos parece conformar un ingrediente esencial y muy básico de la dieta de las familias latinas, siendo claramente inelástica su respuesta respecto al nivel de ingresos. Por otra parte, este grupo mostró el menor nivel de consumo *per cápita* de vegetales. En forma adicional, se constató que tanto hispanos como blancos no hispanos consumieron más frutas y lácteos que los afroamericanos.

Por otro lado, los hogares conformados por personas de origen blanco no hispano mostraron niveles de consumo *per cápita* significativamente mayores de aceites y grasas, azúcares y carbohidratos, vegetales y bebidas que los otros dos grupos. Finalmente, aunque al nivel de hogares, los hispanos consumieron una cantidad levemente superior de carnes (bovina, porcina y aviar),

el mayor nivel de consumo *per cápita* lo exhibieron los individuos de origen afroamericano.

La tercera observación respecto a los patrones de consumo de las distintas comunidades étnico-culturales de los Estados Unidos es que, en general, la demanda por un grupo específico de alimento se comportó en forma relativamente inelástica con respecto al ingreso, mientras que la elasticidad medida con respecto al tamaño del núcleo familiar varió entre una magnitud moderada y una cercana a la unidad. Sin embargo, los rangos observados en los intervalos de confianza de los cálculos de elasticidad fueron muy amplios debido precisamente a que se trataba de grupos de alimentos bastante genéricos, con un grado de agregación bastante amplio, aún en el caso de los tres subgrupos considerados dentro del rubro "carnes" (bovina, porcina y aviar).

4.2 La Demanda por Carne Bovina en los Estados Unidos

Las carnes en general continúan siendo un componente muy importante en la alimentación de la mayoría de los norteamericanos. El consumo anual *per cápita* de carnes rojas y aves se ha venido incrementando en los últimos 30 años. Dicho crecimiento se dio a partir de un dramático incremento

Cuadro 24 – Patrones de consumo de alimentos de hogares hispanos, afroamericanos y blancos no hispanos en los Estados Unidos, 1994-96

Consumo (en gramos/semana)	Hispanos		Afro-Americanos		Blancos No Hispanos	
Granos	688,6	(242,1)	531,7	(227,8)	520,3	(235,4)
Vegetales	327,3	(118,9)	308,5	♣(145,4)	351,3	♦(170,4)
Frutas	460,5	♦♣(163,7)	315,8	(140,3)	329,6	♣(152,7)
Lácteos	777,9	♦(258,8)	450,1	(177,0)	571,7	♦(246,0)
Carnes	423,9	(147,9)	391,5	♦(173,2)	338,6	(157,2)
Legumbres y Habas	118,8	♦(38,4)	59,1	(24,4)	46,8	(21,9)
Aceites y Grasas	17,2	(6,8)	15,1	(7,2)	26,2	♦(12,8)
Azúcares y Carbohidratos	45,2	(15,3)	43,2	(17,6)	51,1	♦(22,2)
Bebidas	1.422,6	(507,8)	1.184,5	(542,1)	1.632,7	♦(779,3)

Nota: Datos al nivel de hogar, excepto cifras en paréntesis, donde se reportan al nivel *Equivalente Adulto*.

Los símbolos ♦ y ♣ en niveles indican diferencias significativas en las medias, de al menos un 5%.

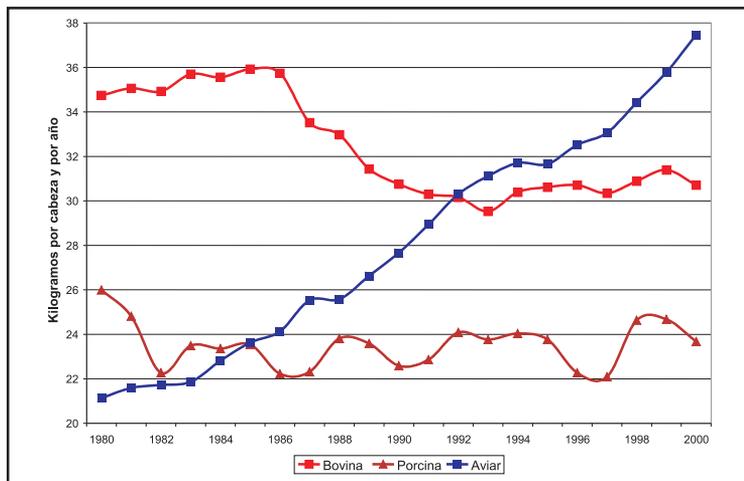
Fuente: Lanfranco, Ames y Huang (2001)

en el consumo de carne de pollo a partir de la década del 80, en buena medida a expensas del consumo de carne bovina, la que mostró una clara tendencia decreciente fundamentalmente entre 1986 y 1993 (**Figura 8**).

Haley (2001) enumera algunas de las hi-

pótesis que han sido manejadas para explicar este fenómeno. Primeramente, cita los cambios ocurridos en la estructura de preferencias de los consumidores en las últimas décadas, que actualmente otorgan un mayor peso a las cuestiones de salud. Por

Figura 8 - Evolución del consumo per cápita de carne bovina, porcina y aviar en los Estados Unidos, 1980 - 2000



Fuente: Elaborado sobre la base de datos provenientes del USDA (2003)

otro lado, la mayor participación de la mujer en el mercado laboral habría sido muy bien explotada por la industria avícola a través de una variedad y presentación de productos dirigida a facilitar y agilizar la preparación de alimentos en el hogar. Otras explicaciones apuntan a reconocer la disminución de la relación de precios entre la carne aviar y la carne bovina y la tendencia natural de los consumidores a escoger mayores cantidades de aquellos productos que tienen un precio más en cuenta.

Haley (2001) señala asimismo que la industria cárnica bovina de los Estados Unidos ha venido realizando esfuerzos para revertir esta situación. Ha intentado alinear la oferta de carne bovina hacia aquellas características que podían ser más apreciadas por los consumidores (carnes más tiernas y magras). Por otro lado, comenzó también a emular a la industria del pollo, tratando de ofrecer productos de rápida preparación, como forma de ponerse más a tono con los cambios ocurridos en el estilo de vida de la población.

Algunos resultados parecen haberse obtenido. Aunque desde el año 1992 el pollo lidera ampliamente el consumo de carnes en los Estados Unidos, a partir de la segunda mitad de la década de los 90 la caída en el consumo de carne bovina parece haberse detenido. Como se aprecia en la **Figura 8**, el consumo se ha mantenido relativamente

constante en los últimos años, ubicándose levemente por encima los 30 kilos de carne equivalente sin hueso, por persona y por año¹⁴.

Los resultados del **Cuadro 25** ilustran hasta que punto la carne bovina continúa siendo de gran importancia en la dieta de los estadounidenses. Estados Unidos sigue ocupando un cómodo tercer puesto en el *ranking* de consumo per cápita de carne bovina, detrás de Argentina y Uruguay, países que lideran ampliamente la estadística.

Actualmente, el gasto promedio en carne bovina por parte de los consumidores en los Estados Unidos se encuentra en cifras históricas. En 1991, el gasto total en productos de carne bovina alcanzó los 57 mil millones de dólares, segundo año consecutivo que sobrepasa la barrera 50 mil millones (Cattle-Fax, 2002). Luego de varios años de prolongada caída, a partir de 1999 los precios minoristas por kilo al nivel de cortes individuales han mostrado una clara tendencia alcista. A mayo de 2003, el precio promedio por kilo de carne bovina equivalente sin hueso al consumidor superó los 7 dólares. Esta tendencia es ilustrada en la **Figura 9**, donde se presenta la evolución del precio por kilo al consumidor para dos cortes de distinto valor, picada de aguja y peceto¹⁵. Nótese que el período en que los precios estuvieron más deprimidos (principios de 1996 a fines de 1999) coincide justamente

Cuadro 25 – Ranking de países con mayor consumo per cápita (> 30), en kilogramos anuales de peso equivalente carcasa, 1995-2001

País	1995	1996	1997	1998	1999	2000^(e)	2001^(p)	Promedio
Argentina	59,6	60,2	71,6	64,2	68,3	68,8	69,3	66,0
Uruguay	62,5	61,7	61,2	59,9	54,6	61,4	62,5	60,5
Estados Unidos	44,6	44,9	43,9	44,6	45,2	45,4	43,5	44,6
Australia	36,0	39,0	42,6	38,2	38,3	36,1	36,1	38,0
Brasil	36,2	37,5	35,9	35,3	34,3	34,8	35,3	35,6
Nueva Zelandia	28,5	34,5	37,2	36,9	32,8	35,2	35,0	33,3

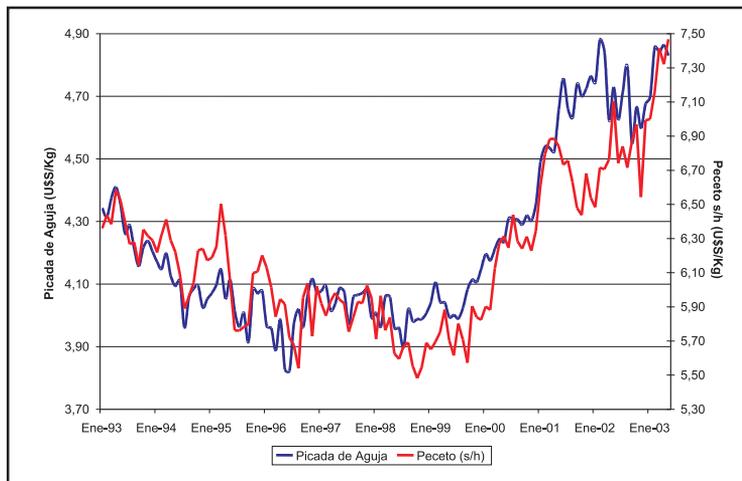
(e) Estimación preliminar; (p) Proyectado

Fuente: Elaborado en base a datos provenientes del USDA (2003)

¹⁴ El consumo promedio de carne bovina, para el período 1995-2001, se estimó en 30,7 kilos equivalente sin hueso, lo que corresponde a 44,6 kilos equivalente carcasa (1 Kg sin hueso = 1,45 Kg carcasa).

¹⁵ Tipificado y no tipificado, excluyendo USDA Prime y Choice.

Figura 9 - Evolución de los precios minoristas (en U\$S/Kg) para dos cortes bovinos (picada de aguja y peceto) en los Estados Unidos, Enero 1993 – Mayo 2003



Fuente: Elaborado sobre la base de datos provenientes del U.S. Bureau of Labor Statistics (USDL, 2003)

con el período en que Uruguay exportó carne Bovina a los Estados Unidos.

4.3 Las Preferencias del Consumidor Latino por la Carne Bovina

Para el análisis de la demanda de carne bovina (Lanfranco, 2001; Lanfranco, Ames y Huang, 2002b) se consideraron cuatro tipos de cortes básicos¹⁶:

- *Carne Picada* (de aguja, tapa de aguja y otros cortes de menor valor, de calidades distintas y distintos porcentajes de grasa).
- *Cortes para Horno, Olla o Cacerola* (con y sin hueso, como aguja, carnaza de paleta, pulpón, asado delantero, sobrecostilla, peceto y otros).
- *Cortes para Plancha o Barbacoa* (delantero y trasero, con y sin hueso, cortados tipo chuleta, bife o churrasco, como bife ancho, bife angosto, cuadril y cuadril con tapa, colita, peceto, nalga, lomo, bola de lomo y otros).
- *Otros Cortes* (no considerados en los otros grupos).

Para completar el análisis se consideraron cuatro tipos de carne porcina (tocino, ja-

món, costillas de cerdo y otros cortes), uno de carne aviar (pollo) y uno que reúne a enlatados de pescado (atún básicamente) y otros frutos del mar.

Los resultados obtenidos indican que en 1998 el gasto en productos cárnicos por parte de los hogares hispanos promedió U\$S 15,74 semanales, representando un 22,5% del gasto total en AEH. El gasto promedio en carne bovina alcanzó U\$S 6,22 semanales, el más alto de todas las comunidades étnicas consideradas. De entre los tipos de carne considerados, los latinos mostraron una clara preferencia por la carne bovina ya que esta cifra representó casi el 39% del gasto semanal en carne. El segundo lugar de preferencia correspondió a la carne porcina, con un 25,3%, mientras que la carne aviar y de pescado representaron el 24,4 y el 11,5%, respectivamente. Los restantes grupos étnicos gastaron menos dinero en productos de carne bovina, tanto en términos relativos como absolutos.

En el **Cuadro 26** se presenta el gasto total en alimentos consumidos en y fuera del hogar y a nivel más desagregado, el consumo promedio semanal de productos

¹⁶ La información disponible no permitió la consideración de mayores niveles de desagregación en los cortes.

Cuadro 26 - Gasto promedio semanal en alimentación y en distintos tipos de carne, por grupo étnico en los Estados Unidos, 1998

Gasto Promedio Semanal por E.A. (U\$S / semana)	Hispanos	Blancos No. hispanos	Afroameri- canos	Otras Minorías	Todos los Hogares
Total Carne	5,93	5,23	6,24	6,50	5,47
Total Carne Bovina	2,36	1,90	1,60	1,61	1,89
- Carne picada	0,76	0,67	0,66	0,52	0,67
- Cortes para horno, olla o cacerola	0,32	0,35	0,30	0,31	0,34
- Cortes para plancha o barbacoa	1,00	0,72	0,48	0,57	0,72
- Otros cortes	0,23	0,15	0,16	0,21	0,16
Total Carne Porcina	1,52	1,28	1,86	1,35	1,36
- Tocino y panceta	0,21	0,21	0,27	0,18	0,22
- Costillas	0,39	0,25	0,42	0,25	0,28
- Jamón	0,33	0,34	0,32	0,27	0,33
- Otros cortes	0,37	0,26	0,53	0,47	0,31
Total Carne Aviar	1,26	1,19	1,58	1,51	1,25
- Pollo	1,05	0,89	1,18	1,18	0,95
Total Pescado y Frutos del mar	0,82	0,87	1,20	2,03	0,97
- Atún y otros enlatados	0,13	0,18	0,11	0,21	0,17

Nota: Todas las cifras están expresadas en dólares por semana por *Equivalente Adulto*.

Fuente: Lanfranco (2001)

cárnicos, por *equivalente adulto* (E.A.), valorado de dólares. Como ya fuera discutido, aunque los grupos de mayor poder adquisitivo destinan una menor proporción de sus ingresos al rubro alimentación, en términos absolutos gastan más dinero en comida, tanto consumida dentro del hogar como fuera. Sin embargo, cuando se consideran productos alimenticios con un mayor nivel de desagregación, los patrones de gasto al nivel de individuos o del núcleo familiar en dichos productos revelan en mayor medida las preferencias de los consumidores. Este es el caso de la clara preferencia de las personas de origen latino por la carne bovina.

Para el mayor nivel de desagregación considerado en el estudio de demanda, el análisis de la información revela que los consumidores latinos destinaron el 75% del gasto total por E.A. en carne bovina, que totaliza U\$S 2,36 por semana, al consumo de solo dos tipos de corte, carne picada (U\$S 0,76) y bifos o chuletas (U\$S 1,00). La demanda, medida en términos del gasto, fue bastante menor para los cortes restantes (U\$S 0,32

en cortes para cacerola y U\$S 0,23 en otros cortes). Aunque para el caso de cortes para cacerola el gasto per cápita de los latinos no es el mayor, sí lo es en el ámbito familiar dado que las familias latinas son las más numerosas. Para los otros cortes vacunos se observa claramente que los latinos gastaron una mayor cantidad de dinero per capita en cada uno de estos cortes, que los individuos de otras comunidades.

Considerando todas las carnes, el producto individual en el que se registró un mayor nivel de gasto por equivalente adulto y por familia, independientemente del grupo étnico, fue la carne de pollo. Sin embargo, en el caso de los latinos este gasto apenas superó el gasto en cortes vacunos para plancha o barbacoa (bifes o chuletas).

Una variable importante a determinar en un estudio de demanda de estas características es el efecto potencial de cambios en distintas características como ser el ingreso familiar o el tamaño del núcleo familiar sobre la probabilidad de comprar determinado producto. El **Cuadro 27** muestra la

Cuadro 27 - Probabilidad de consumir un tipo específico de carne de los hogares hispanos en los Estados Unidos, relativo al ingreso y tamaño de la familia, 1998

Tipos de Carne	Proporción de hogares que compraron	Probabilidad marginal de consumir el producto si aumenta el ingreso	Probabilidad marginal de consumir el producto si aumenta el núcleo familiar
Carne picada	58,7%	0,024	*** 0,083
Corte horno u olla	18,1%	0,025	*** 0,038
Corte plancha o barbacoa	45,0%	** 0,060	*** 0,062
Otros cortes carne bovina	14,4%	** 0,051	*** 0,041
Panceta	27,9%	0,023	0,019
Costilla de cerdo	26,2%	0,027	** 0,040
Jamón	28,6%	*** 0,074	*** 0,058
Otros cortes carne de cerdo	24,9%	-0,031	*** 0,058
Pollo	60,6%	0,026	*** 0,085
Pescado	18,6%	** 0,050	0,002

Nota: Significación estadística (t-Student, 2 colas): *** - nivel 1%; ** - nivel 5%; * - nivel 10%.

Fuente: Lanfranco (2001)

proporción de los hogares hispanos encuestados que compraron el producto referido durante el período estudiado y el efecto marginal de los cambios en el ingreso y en el tamaño del núcleo familiar sobre el consumo de cada producto, acompañado del nivel de significación estadística correspondiente.

En primer lugar, se aprecia claramente que el producto individual de mayor consumo en el hogar fue la carne de pollo (60,6%), seguido de la carne picada (58,7%). Ambos eran los productos más baratos. Los cortes tipo chuleta para plancha o barbacoa, pese a ser un producto caro registraron un nivel bastante alto de preferencias (45,0%), lo que le da el segundo puesto en término de monto gastado, como ya fue discutido.

Por otro lado, el efecto de una variación porcentual en el ingreso familiar (medido a través del logaritmo natural del ingreso total del hogar) en la probabilidad de comprar cortes para plancha o barbacoa (chuleta), otros tipos de cortes vacunos, jamón y pescado fue estadísticamente distinto de cero. Para dichos productos, un aumento porcentual en el ingreso familiar deriva en un pequeño aumento en la probabilidad que dichas

familias efectivamente consuman un determinado producto. El efecto del tamaño del núcleo familiar fue significativo en todos los productos considerados, con la excepción de la panceta o tocino y el pescado enlatado.

En el **Cuadro 28** se presentan los valores estimados de elasticidad precio de la demanda por carne bovina, directa y cruzada, elasticidad ingreso y elasticidad respecto al tamaño de la familia. Para el estudio completo se estimaron las elasticidades para todos los productos cárnicos y para todos los grupos étnicos considerados. Aquí se presentan solamente los resultados para los cuatro cortes de carne bovina y para las familias de origen hispano, aún cuando a efectos comparativos se discuten resultados obtenidos con otros grupos étnicos o con otros productos. Asimismo, se presentan solamente los valores de elasticidad punto, si bien se estimaron los intervalos de confianza correspondientes para cada elasticidad, como forma de dar mayor confiabilidad a las estimaciones¹⁷.

Con respecto a la elasticidad ingreso, cabe señalar que las magnitudes fueron, en todos los casos, menores a uno en valor

¹⁷ Los resultados completos y la metodología de cálculo se pueden encontrar en Lanfranco (2001).

Cuadro 28 - Elasticidades de demanda de las familias latinas en los Estados Unidos, para distintos cortes de carne bovina, 1998

Cortes de Carne Bovina	Elasticidad Precio (Directa y Cruzada)				Elasticidad Ingreso	Elasticidad de Tamaño Núcleo Familiar
	Carne picada	Corte para olla u horno	Corte para plancha	Otros cortes carne bovina		
Carne picada	- 0,008	- 0,066	- 0,140	- 0,099	0,033	- 1,591
Olla u horno	- 0,471	- 0,751	3,123	- 0,539	0,171	- 1,785
Plancha	- 0,141	0,443	- 1,238	0,102	0,094	- 0,781
Otros cortes	- 1,397	- 1,069	1,425	0,390	0,061	0,761

Fuente: Lanfranco (2001)

absoluto por lo que ninguno de los productos de carne bovina puede ser definido como un bien de lujo a la luz de estos resultados. Como era dable a esperar, la demanda de los hispanos por carne picada resultó ser la más inelástica (0,033) entre todos los productos cárnicos¹⁸. Por otro lado, la carne bovina en cortes para horno, cacerola u olla registró la magnitud más alta (0,171), o sea que al aumentar sus ingresos, el consumidor latino tiende a comprar más de este tipo de carne, con relación a la carne picada, *ceteris paribus*.¹⁹ Esto es perfectamente lógico si se tiene en cuenta que el primero está constituido por cortes de mayor valor. El segundo lugar en términos de la magnitud de la elasticidad ingreso le corresponde a la carne para plancha o barbacoa (0,094).

Los valores estimados para las elasticidades con respecto al tamaño del núcleo familiar fueron de signo negativo para todos los cortes vacunos excepto para el ítem "otros cortes" y con magnitudes mayores a uno en el caso de carne picada y cortes para cacerola. El signo negativo significa que aunque la probabilidad de consumir algún producto de carne vacuna aumenta con el tamaño de la familia, parecería que una vez que la decisión de consumir es un hecho, esta variable tiene un efecto negativo en la cantidad a consumir de dichos productos.

Con respecto a la elasticidad precio directa, cabe destacar que los signos fueron

negativos en todos los casos, es decir que al aumentar el precio de un producto en particular su demanda se reduce y viceversa, con la excepción de la elasticidad precio del grupo "otros cortes". De todos modos el signo positivo en este caso no sería de extrañar ya que se trata de una categoría que muestra un importante nivel de agregación ya que está compuesta por varios tipos de corte diferentes. El otro punto a destacar es que a excepción de los cortes tipo bife, la magnitud de la elasticidad precio directa fue siempre menor a la unidad. Claramente, cuanto más barato el producto más inelástica es su respuesta con respecto al precio. Así, la carne picada presentó la elasticidad con magnitud más baja (-0,008). Si se compara con los resultados obtenidos con otras carnes se observa una situación similar con la carne de pollo (-0,007). En el otro extremo se ubican los cortes para plancha o barbacoa (-1,238) y en menor medida los de cacerola (-0,751) los que al ser más caros resultan ser los más sensibles a los cambios en sus precios relativos.

El examen de las elasticidades cruzadas revela que para los latinos, la mayoría de los productos cárnicos varía en su capacidad de respuesta frente a un cambio en los precios de los restantes productos. Dentro de los productos de carne bovina, todos los productos se comportan básicamente como complementos brutos (elasticidad cruzada

18 Solamente la carne de pollo registró un coeficiente de elasticidad ingreso de esa magnitud (0,039), entre las carnes no bovinas (las cuales no aparecen en el cuadro 28).

19 *Ceteris paribus*: manteniendo otras variables constantes.

entre productos con signo negativo), en ambos sentidos. Para los cortes más valiosos (plancha o barbacoa) se determinó una relación bruta de sustitución (elasticidad cruzada entre productos con signo positivo), también en ambos sentidos, con los cortes para olla y con los de la categoría otros cortes.

Por último, los efectos de las variables demográficas y socioeconómicas consideradas no mostraron patrones muy definidos que distingan claramente las preferencias de las distintas comunidades étnicas. En el caso de los latinos, se observó un efecto positivo y significativo de la presencia de individuos menores de 18 años en la familia, sobre el consumo de carne picada y cortes para plancha o barbacoa. Por otro lado, el hecho que la persona identificada como jefe de hogar sea una mujer afecta negativamente el consumo de bifes o chuletas para plancha o barbacoa. El mismo efecto se observa en las familias que reciben cupones de alimentación del gobierno federal (*Food Stamps*), lo que tendría relación con el hecho que son los hogares más pobres que por lo tanto no consumen cortes vacunos caros.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Del extenso estudio realizado se pueden extraer un número importante de conclusiones sobre la demanda por carne bovina de los hogares hispanos en los Estados Unidos, a la vez que permite realizar algunas reflexiones al respecto:

- Primero, el NAFTA constituye un mercado de vital importancia para las carnes uruguayas. Durante el período en que el Uruguay accedió como país libre de aftosa, los precios en dichos mercados y en particular en los Estados Unidos, se encontraban en un nivel de baja. Desde 1999, se observa una gran recuperación de los mismos, encontrándose en la actualidad en el nivel más alto de los últimos 10 años.
- Segundo, los pronósticos de importación de carne bovina por parte de los tres países del NAFTA se sitúan en cifras récord. Para el año 2003, se estima que las importaciones de Estados Unidos estarán en alrededor de 1,5 millones de toneladas equivalente peso carcasa. Para este mismo año, las importaciones de Canadá llegarían a las 340 mil, en tanto, las de México alcanzarían las 500 mil toneladas equivalente.
- constituyéndose desde entonces en la minoría étnica más numerosa del país, con un poder de compra anual estimado en más de 400 mil millones de dólares.
- Cuarto, la población de origen latino no se encuentra distribuida en forma uniforme en el territorio de los Estados Unidos. Más de las tres cuartas partes de la misma se concentra fundamentalmente en el oeste y en el sur del país y dado que la inmensa mayoría es de origen mexicano, los asentamientos latinos más importantes se encuentran relativamente próximas a la frontera con ese país. A su vez, el 64% de las familias latinas vive en áreas urbanas de más de 1,2 millones de habitantes, todo lo cual facilita enormemente la planificación de estudios localizados prospección, predicción y potencialidad de demanda. En ese sentido, se identifica a los estados de California (sudeste y noreste de San Francisco y alrededores de Los Angeles) y Texas (áreas de influencia de Houston y de El Paso) como objetivos principales para una acción efectiva a través de programas de mercadeo y promoción.
- Quinto, los hogares de origen hispano poseen patrones de consumo diferenciados, en comparación con otras comunidades que viven en los Estados Unidos. Dedicar una mayor proporción del presupuesto total familiar a gastos de alimentación y en particular a alimentos consumidos en el hogar. El nivel de ingreso y el tamaño del núcleo familiar juegan un papel importante a la hora de explicar gran parte de estas diferencias en los patrones de consumo de alimentos. Otras variables demográficas y socioeconómicas también han mostrado un efecto en la demanda por alimentos de la comunidad hispana, aunque juegan un papel decididamente menor.
- Sexto, cuando se consideran mayores niveles de desagregación, el monto y la proporción del gasto en alimentación brinda una mayor información acerca de las preferencias de los consumidores, algunas de las cuales están claramente influenciadas por características ligadas al origen étnico. De acuerdo a los resultados, las familias hispanas poseen una clara preferencia por la carne bovina sobre otros tipos de carne (porcina, aviar y pescado), en comparación con hogares de otros orígenes. El gasto en carne bovina, tomada como un todo así como en los diferentes tipos de cortes individuales, mostró ser consistentemente mayor en términos absolutos que el de

los restantes grupos étnicos considerados. En los hogares latinos se gasta más del doble de.

- dinero en carne bovina que aviar, que es individualmente el producto cárnico más consumido en los hogares norteamericanos independientemente de su origen. Entre los distintos cortes de carne bovina se destacan claramente la carne picada y los cortes para plancha o barbacoa (bife, chuleta o churrasco), como los productos de mayor consumo.
- Séptimo, se detectó un efecto importante de los cambios en el ingreso familiar sobre la probabilidad de consumir cortes vacunos para plancha, en las familias de todos los orígenes, pero en especial en las hispanas. Esto era esperable dado que se trataba del producto más caro entre los considerados en el estudio. Por otro lado, el tamaño del núcleo familiar mostró también un efecto positivo en la probabilidad de consumir un tipo específico de carne. Sin embargo, una vez que se decide comprar un determinado producto, el tamaño de la familia tiene un efecto negativo en el monto de dinero destinado a ese producto cárnico específico, fundamentalmente cuando se trata de los cortes más caros. Esta observación puede tener implicancias para los puntos finales de venta, en términos de presentación de productos cárnicos. La oferta y disponibilidad de productos especialmente diseñados para hogares numerosos, como ser paquetes familiares (*family packs*) o cortes especiales, podría no solamente aprovechar en mejor medida la mayor probabilidad que tienen los hogares de consumir un determinado producto de carne, sino también aumentar las cantidades consumidas.
- Octavo, los niveles de consumo de carne picada y pollo mostraron ser los menos sensibles a cambios en el ingreso familiar. De la misma manera, ambos son los más inelásticos respecto a cambios, tanto en el propio precio (elasticidad directa) como en los precios de bienes potencialmente sustitutos o complemen-

tarios (elasticidad cruzada). Para los latinos, el producto cárnico más sensible a los cambios en precio, en términos de su demanda, resultó ser el de los cortes vacunos tipo bife o chuleta.

- Finalmente, el papel que juegan las características demográficas y socioeconómicas en la demanda de carne no es consistente entre las diferentes comunidades étnicas. Para los hispanos, la composición de edades del núcleo familiar mostró ser un factor importante en la demanda por algunos productos específicos. En particular, se observó que las familias de origen latino que cuentan con más jóvenes entre sus miembros mostraron una mayor preferencia por la carne picada y los cortes para plancha o barbacoa, en lo referente a la carne bovina, así como por el pollo y otros cortes de carne de cerdo. En contraste, el nivel de educación del jefe de hogar mostró ser un factor más relevante para los hogares de otros grupos.

Todas estas conclusiones proveen información de gran utilidad acerca de los patrones de consumo de carne por parte de la comunidad hispana. Dicha información proporciona la evidencia que justifica un planteo tendiente desarrollar esfuerzos de prospección de demanda más específicos y localizados (estudios focalizados, programas de *marketing* y promoción, paneles de degustación, facilitación del desarrollo de relaciones comerciales, etc.), los cuales permitirán aumentar considerablemente el conocimiento de los factores que determinan el comportamiento de este pujante segmento de mercado. Todavía restan muchas preguntas que solo podrán ser respondidas a través de estudios complementarios.

En la medida en que los latinos o hispanos constituyen una proporción cada vez mayor de la población de los Estados Unidos, esto se traducirá en un fuerte impacto sobre la demanda agregada de carne en ese país, especialmente en la carne bovina. La mayor "juventud" relativa de los hogares latinos es un factor positivo adicional para el aumento de la demanda de carne, teniendo

en cuenta la estructura y composición de las otras comunidades étnicas residentes en los Estados Unidos.

Por último, es probable que al menos parte de los resultados aquí presentados puedan extrapolarse al caso concreto de México. Las dos terceras partes de la población latina de los Estados Unidos provienen de este país, proporción sensiblemente mayor, si se consideran estados netamente "mexicanizados" como California o Texas. Sería de esperar que las preferencias frente al consumo de carne bovina no difieran sustancialmente de las de los habitantes de su país de origen. México está en vías de transformarse en uno de los mercados estrella para nuestra carne, por lo que los industriales uruguayos tienen muy clara la importancia de reconquistar y desarrollar también ese mercado

BIBLIOGRAFÍA

Calatrava, J. (2002) "Investigación de Mercados." En, *XII Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria*. Unidad de Economía Agraria del Servicio de Investigación Agroalimentaria de la Diputación General de Aragón. Instituto Nacional de Investigación y Tecnología de España. Zaragoza, España.

Cattle-Fax (2002) *Cattle Industry Data, Analysis, Research and Education*. <http://www.fas.usda.gov/>. Última actualización: Sep-2002.

Day, J.C. (1996) "Population Projections of the United States by Age, Sex, Race, and Hispanic Origin: 1995-2050." *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. Current Population Reports. Series P25-1130. Government Printing Office. Washington, DC.

Deaton, A. y Muellbauer, J. (1980) *Economics and Consumer Behavior*. Cambridge University Press. Cambridge, UK.

Fan, J.X. y Lewis, J.K. (1999) "Budget Allocation Patterns of African Americans." *The Journal of Consumer Affairs*. 33 (1):134-164.

Fan, J.X. y Zuiker, V.S. (1998) "A Comparison of Household Budget Allocation Patterns between Hispanic Americans and non-Hispanic White Americans." *Journal of Family and Economic Issues*. 19(2):151-174.

Grieco, E.M. y Cassidy, R.C. (2001) "Overview of Race and Hispanic Origin: Census 2000 Brief." *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. C2KBR01-3SP., Economics and Statistics Administration. Washington, DC.

Guzman, G. (2001) "La Población Hispana: Información del Censo 2000." *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. C2KBR01-1., Economics and Statistics Administration. Washington, DC.

Haley, M.M. (2001) "Changing Consumer Demand for Meat: The U.S. Example, 1970-2000." In "Changing Structure of Global Food Consumption and Trade." Anita Regni, editor. *United States Department of Agriculture*. Market and Trade Economics Division, Economic

Research Service. Economics and Statistics Administration. Washington, DC. WRS-01-1:41-48.

Holcomb, R.B., Park, J.L. y Capps Jr., O. (1995) "Revisiting Engel's Law: Examining Expenditure Patterns for Food at Home and Away from Home." *Journal of Food Distribution Research*. Sept:1-8.

INAC (2003) "Información – Estadísticas – Exportaciones." *Instituto Nacional de Carnes*. <http://www.inac.gub.uy/exportacionf.htm>. Última actualización: 25/6/03.

INAC (2001a) "Principales Indicadores Cárnicos – Reseña de los Últimos 20 Años: 1981-2000." *Instituto Nacional de Carnes*. Montevideo, Uruguay.

INAC (2001b) "Anuario Estadístico de Existencias, Faena y Exportación 2001." Dirección de Estudios e Investigación Económica. *Instituto Nacional de Carnes*. Montevideo, Uruguay.

INAC (2000) "Anuario Estadístico de Existencias, Faena y Exportación, 2000." Dirección de Estudios e Investigación Económica. *Instituto Nacional de Carnes*. Montevideo, Uruguay.

INAC (1999) "Anuario Estadístico de Existencias, Faena y Exportación, 1999." Dirección de Estudios e Investigación Económica. *Instituto Nacional de Carnes*. Montevideo, Uruguay.

INE (2003) "Intercambio comercial del país, por año, según región y país seleccionado." *Instituto Nacional de Estadística*. http://www.ine.gub.uy/banco_de_datos/econ_sectorexterno/150300_Inter_com.xls. Última actualización: 25/6/03.

Lanfranco, B.A. (2001) "Characteristics of Hispanic Households' Demand for Meats: A Comparison with Other Ethnic Groups Utilizing an Incomplete System of Censored Equations." Disertación Ph.D. *The University of Georgia*. Athens, Georgia.

Lanfranco, B.A. (1999) "Food Consumption Patterns of the Hispanic Community in the U.S." Tesis M.Sc. *The University of Georgia*. Athens, Georgia.

Lanfranco, B.A., Ames, G.C.W. y Huang, C.L. (2002a) "Food Expenditure Patterns of the

Hispanic Population in the United States.” *Agribusiness*. Vol. 18 (2):197-211.

Lanfranco, B.A., Ames, G.C.W. y Huang, C.L. (2002b) “Comparisons of Hispanic Households’ Demand for Meats with Other Ethnic Groups.” *Journal of Food Distribution Research*. Vol. XXXIII (1):92-101.

Lanfranco, B.A., Ames, G.C.W. y Huang, C.L. (2001) “A Censored System Estimation of Hispanic Households Food Consumption Patterns.” Faculty Series FS-01-01. Dept. of Agr. & Applied Econ., *The University of Georgia*. Athens, GA.

Lanfranco, B.A., Ames, G.C.W. y Huang, C.L. (2000) “Food Demand among Hispanic Households: Revisiting Engel’s Law.” *Políticas Agrícolas*. Año IV, Vol. IV, Núm 3:69-92.

Lanfranco, B.A., Ames, G.C.W., Huang, C.L. y Stegelin, F. (2001) “WIC and the Demand for Food by the Hispanic Community in the United States.” *Journal of Food Distribution Research*. Vol. XXXII (1):85-96.

MGAP-MIEM (1999) “Agenda para la Competitividad del Sector Cárnico.” Informe. *Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca – Ministerio de Industria, Energía y Minería*. Montevideo, Uruguay.

Reed, J. y Ramirez, R.R. (1998) “The Hispanic Population in the United States.” *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. Current Population Reports: Population Characteristics, March 1997 (Update). Series P20-511. Government Printing Office. Washington, DC.

Stone, J.R.N. (1954) *The Measurement of Consumer’s Expenditure and Behavior in the United Kingdom, 1920-1938*. Vol. I. Cambridge University Press. Cambridge, UK.

Therrien, M. y Ramirez, R.R. (2001) “The Hispanic Population in the United States.” *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. Current Population Reports: Population Characteristics, March 2001. Series P20-535. Government Printing Office. Washington, DC.

USDA (2003a) “U.S. Imports of Agricultural, Fish & Forestry Products from Uruguay.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. FAS Online. BICO Search Results. <http://www.fas.usda.gov/>. Ultima actualización: 25/6/03.

USDA (2003b) “Beef and Veal Summary

Selected Countries.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. World Markets and Trade - 9. http://www.fas.usda.gov/dlp/traderuns/2003/03-04/b_bfm.pdf. Ultima actualización: 18/6/03.

USDA (2003c) “Canada’s Cattle and Beef Situation.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. World Markets and Trade - 11. <http://www.fas.usda.gov/dlp/countrypages/cabfsit.html>. Ultima actualización: 21/3/03.

USDA (2003d) “Mexico’s Cattle and Beef Situation.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. World Markets and Trade - 13. <http://www.fas.usda.gov/dlp/countrypages/mxbfsit.html>. Ultima actualización: 21/3/03.

USDA (2002a) “U.S. Imports of red meats, fresh/chilled/frozen.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. FAS Online. BICO Search Results. <http://www.fas.usda.gov/>. Ultima actualización: 27/9/02.

USDA (2002b) “U.S. Imports of red meats, prepared/preserved.” *United States Department of Agriculture*. Foreign Agricultural Service. FAS Online. BICO Search Results. <http://www.fas.usda.gov/>. Ultima actualización: 27/9/02.

USDA (1998) “Continuing Survey of Food Intakes by Individuals and Diet and Health Knowledge Survey.” *United States Department of Agriculture*. CSFII/DHKS 1994-96. CD-ROM. Food Surveys Research Group, Beltsville Human Nutrition Research Center, Agricultural Research Center. Washington, DC.

USDC (2003) “United States Census 2000.” *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. <http://www.census.gov/main/www/cen2000.html>. Ultima actualización: 1/7/03.

USDC (1993) “The Hispanic Population in the United States.” *United States Department of Commerce*. U.S. Census Bureau. Current Population Reports: Population Characteristics, March. Series P20-475. Government Printing Office. Washington, DC:

USDL (2000) “1998 Consumer Expenditure Diary Survey.” *United States Department of Labor*. Bureau of Labor Statistics. Consumer Expenditure Survey. CD-ROM. Washington, DC.

Impreso en Diciembre de 2003 en
PRONTOGRÁFICA S.A.
Cerro Largo 850 - Tel.: 902 31 72
E-mail: pgrafica@adinet.com.uy
Dep. Leg. 324.665/03

INIA LA ESTANZUELA
COLONIA
C.C. 39173
Tel. 0574 8000
Fax 052 24061

INIA LAS BRUJAS
LAS PIEDRAS
C.C. 33085
Tel. 02 367 7641
Fax 02 367 7609

INIA TACUAREMBO
TACUAREMBO
C.C. 78086
Tel. 063 22407
Fax 063 23969

INIA TREINTA Y TRES
TREINTA y TRES
C.C. 42
Tel. 045 22305
Fax 045 25701

INIA SALTO GRANDE
SALTO
C.C. 68033
Tel. 073 35156
Fax 073 29624

INIA DIRECCION NACIONAL
MONTEVIDEO
ANDES 1365 P. 12
C.C. 11100
Tel. 02 902 0550
Fax 02 902 3633