

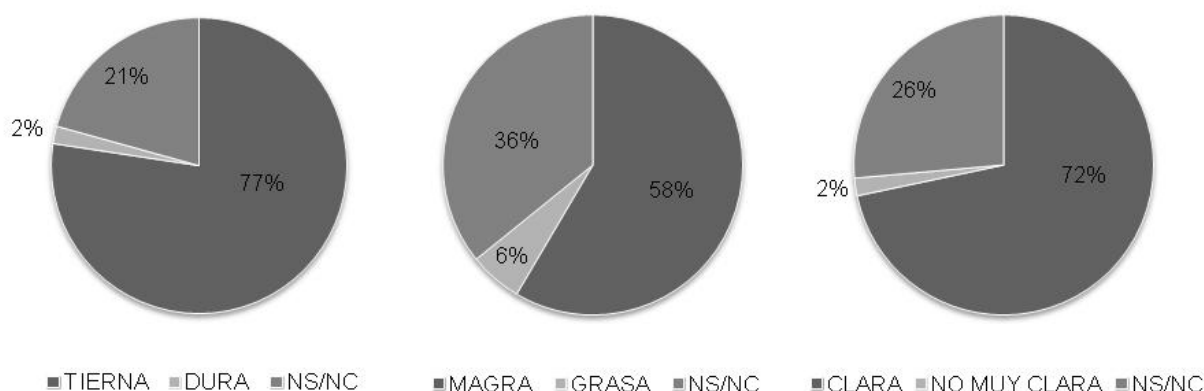
“Estudio de la venta minorista de carne ovina en la ciudad de La Plata. Las carnicerías como intérpretes de las representaciones de los consumidores”.

¹Pastorelli, Vanessa; ¹Tamburini, Verónica; ¹Laporte, Gladys; ²Albo, Graciela; ²Rodríguez, Virginia;
²Fernandez, Maximiliano; ²Mouteira, María Cecilia

¹Facultad de Ciencias Veterinarias, ²Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata (UNLP) vpastorelli@fcv.unlp.edu.ar

La carne ovina es un producto que posee excelentes cualidades nutricionales. En nuestro país, si bien no puede considerarse una carne de consumo diario, constituye una oportunidad de negocio por su capacidad de producir carne roja bajo sistemas extensivos con ciclos de retorno económico relativamente cortos, además de ofrecer una alternativa al consumidor actual, que posee hábitos alimentarios más diversificados, orientados a la salud y al placer culinario. La provincia de Buenos Aires ocupa la tercera posición en cuanto a las existencias ovinas nacionales, casi tres millones de cabezas en 2017, en su mayoría distribuidas en pequeñas majadas consumeras coexistentes con producciones primarias agrícolas y/o ganaderas. El estudio de la cadena productiva posee gran importancia para visualizar las distintas dimensiones que se vinculan a un producto. En este trabajo se analizó el eslabón comercial abordando la dinámica oferente minorista de carne ovina, desde el punto de vista de las carnicerías, como intérprete de las representaciones del consumidor de la localidad de La Plata. Estas bocas de expendio presentan un comportamiento en concordancia con los distintos actores que definen la ruta productiva, la faena y las vías de llegada a los canales finales de venta, estableciéndose diversos circuitos que implican distintos niveles de eficiencia y agregación, generando mercados heterogéneos con múltiples posibilidades. En este sentido, esta información actualizada puede constituirse en un insumo para orientar al sector productivo hacia la demanda y para el diseño de políticas de promoción para la sustentabilidad del sistema productivo ovino local. Para tal fin se llevó a cabo un relevamiento cuali-cuantitativo utilizando como fuente de datos una encuesta constituida por preguntas cerradas y semi-abiertas, totalizando 34 variables y además, una breve entrevista. Para el presente trabajo se consideraron 18 variables, dirigidas a la caracterización de las carnicerías, la descripción del abastecimiento y rescatar la percepción del comerciante sobre las características organolépticas de la carne ovina: terneza, contenido graso y color de la carne cruda y también, de las preferencias de sus clientes sobre la categoría, cortes y satisfacción del producto. Se encuestaron 96 carnicerías de la localidad de La Plata, sobre los 260 comercios constitutivos del muestreo. El número de carnicerías se estimó mediante la fórmula de probabilidad para poblaciones finitas sobre un total de 800 carnicerías en la localidad, considerando un 95% de confianza, un 5% de margen de error, y un p y q de 0,5. El sistema de muestreo se ejecutó dividiendo el casco urbano en 9 subzonas, estimándose para cada una de ellas un número de 29 establecimientos a encuestar. El barrido de cada subzona se realizó por dos encuestadores entrenados para tal fin, mediante el sistema recorrido de rutas aleatorias o *random route* en guarda griega. Los datos fueron analizados por estadística descriptiva en términos de frecuencia y porcentuales. Como resultado se obtuvo que el total de las carnicerías relevadas (N=96) fueron del tipo tradicional, de las cuales el 67.7% se constituyeron como carnicerías únicas, 11.4% anexadas a autoservicio, 8.1% sucursales, 6.3% anexas a supermercados chino, 3.1% anexas a supermercados y el 3.1% anexa a almacén. Con respecto a la de edad de los informantes 33.3% corresponde a un rango entre los 46 - 55 años, 27.1% de 56 - 65 años, 21.9% de 36 - 45 años y 14.6% menores a 35 años. Por otro lado, 22.9% declaró tener una antigüedad como carnicero entre 21 - 30 años, 19.8% de 11 - 20 años, 17.7% de 1 - 10 años, 13.5% NS/NC (no sabe / no contesta) y 10.5% más de 41 años en el ramo. Con respecto a la permanencia de los clientes, el 41.7% expresó que más del 80% de su clientela era fija, 15.6% el 70% fija, 13.5 el 60% fija, 15.6% del 50% o menos, 2.1% que es variable y 10.4% NS/NC. El tipo de carne primaria a la venta fue la bovina (97.9%), y luego la aviar (1%) y porcina (1%). El tipo de carnes secundarias a la venta fueron: aviar (53.1%), porcina (42.7%) y bovina (2.1%). De las 96 carnicerías relevadas, 53 comercializan carne ovina. Con respecto al abastecimiento, el 69.8% adquirían el producto en frigorífico, 5.7% del productor, 1.9% matadero y 22.6% NS/NC. El 58% abastecía de cordero todo el año, 32.1% en determinadas épocas y 9.4% NS/NC. En relación a la categoría de animal de abastecimiento, todas las carnicerías compraban cordero, de las cuales, el 84.9% compraban cordero entero, 3.8% cortes y 11.3% indistinto; entendiéndose como tal, al cordero entero y trozado (medio, cuartos o cortes). En relación al consumo, el 45.3% de los consumidores compraban cordero entero, 5.7% trozado y 49% indistinto. Con respecto a los cortes, el 39.3% adquieren medio cordero, 18.1% paleta, 16.4% cuarto trasero o pata, 16.4% costillar; 6.5% cogote y 3.2% otros cortes. La percepción de las características organolépticas de la carne de terneza, cantidad de grasa y color de la carne cruda pueden observarse en la *Figura N° 1*.

Figura N° 1: Percepción de las características organolépticas de la carne ovina en carnicerías: terneza, cantidad de grasa y color de la carne cruda (%).



Al preguntar si los consumidores estaban satisfechos con la compra de la carne ovina que le ofrece el carnicero, el 88.7% respondió afirmativamente, 5.7% no les fue satisfactoria y 5% NS/NC. Con respecto a la percepción de los carniceros sobre las razones que determinaban la compra, el 45.3% respondió que era la época del año y 39.6% por gusto. Como conclusión del relevamiento preliminar de las carnicerías de la localidad de La Plata pudo observarse que en la mayoría de los establecimientos contaban como producto principal a la carne bovina, y en la mitad de ellos, a la carne aviar como secundaria. La mitad de los establecimientos vendía carne ovina abastecida principalmente por frigorífico, adquiriendo exclusivamente la categoría de cordero, principalmente entero, la cual era ofrecida durante todo el año. Con respecto a los hábitos de compra de los consumidores, en su mayoría se encontraban satisfechos con el producto, a la mitad de ellos le era indistinto comprar cordero entero o trozado y las motivaciones de compra preponderantes eran la época del año y porque les gustaba comer ese tipo de carne. En relación a la percepción de algunos atributos organolépticos de la carne ovina por parte del carnicero, consideraron mayormente que es tierna y magra, con predilección por el color claro en la carne cruda. Al contrastar los resultados sobre las motivaciones de consumo desde la perspectiva del consumidor (Pastorelli, 2015)², se observó que estos comían la carne ovina por placer culinario (por que les gusta) en primer lugar, y la motivación del consumo debida a la época del año no era relevante como en el presente trabajo. También, se ha encontrado una concordancia en que la carne consumida y abastecida predominante era el cordero entero o trozado. Con Lagreca (2010)¹, se coincidió respecto a las características organolépticas de la carne ovina a la venta y al consumo, donde la generalidad encuestada presentaba predilección por las carnes claras y de la opinión que la carne era tierna.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Lagreca, L.; Mouteira, C.; Pastorelli, V., Marotta, E.; Tamburini, V. Comparación de la actitud de compra y conservación de carne porcina y ovina en la ciudad de La Plata. *Revista Argentina de Producción Animal*, ISSN 0326-0550. 30,1: 64-65. 2010.
- 2- Pastorelli, V.; Mouteira M. C.; Laporte, G. M.; Mazur, G.; Soto, A. Estudio comparado del consumo de carne ovina en tres ciudades de la República Argentina. IX Congreso Latinoamericano de Especialistas de Pequeños Rumiantes y Camélidos Sudamericanos. II Congreso Argentino de Producción Caprina y I Foro Nacional de Productores Caprinos. ALEPRYCS. *Proceedings*: ISSN 2311-0252. 568 -573. 2015.
- 3- SENASA. Indicadores Ganaderos. Información del Sistema de Gestión Sanitaria (SIGSA). Dirección de Control de Gestión y Programas Especiales - Dirección Nacional de Sanidad Animal. Disponible en www.senasa.gov.ar. 2017.