

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO MINORISTA EN EL PARTIDO DE LA PLATA. 2. SOBRE LOS PRODUCTOS A LA VENTA.

Mouteira, C².; Tamburini, V¹.; Rodríguez, V².; Laporte, G².; Torcasso, I¹.; Pastorelli, V¹.

¹Facultad de Ciencias Veterinarias, ²Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales. Universidad Nacional de La Plata. (UNLP). verotamburini70@gmail.com

Argentina es un importante consumidor de proteína animal; encontrándose detrás de Estados Unidos y por delante de Australia con un consumo de 110 Kg. de carne /hab./año.¹ El análisis 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 y otros productos, como intérprete de las representaciones del consumidor del partido de La Plata.^{2,3} Las carnicerías 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. Los comercios minoristas especializados en la venta de carnes frescas además ofrecen al cliente una amplia gama de productos elaborados y en grado variable otros productos que complementan su oferta (venta cruzada). El objetivo del presente trabajo fue caracterizar la venta de productos procesados y de venta cruzada de las carnicerías del partido de La Plata. Metodológicamente se realizó un relevamiento cuali y cuantitativo de 223 bocas de expendio. Como instrumento de recolección de información se empleó un cuestionario constituido por preguntas cerradas y semi-abiertas, las que permitieron que los encuestados se expresaran libremente. Las mismas fueron llevadas a cabo por personal entrenado para tal fin. En un primer momento se preguntó sobre la oferta de chacinados y embutidos en general, sin especificar la materia prima, así como de otros productos que requieren de un procesado, para luego continuar específicamente con los que contaban como materia prima la carne de cerdo. También se relevó la venta de otros productos complementarios. En referencia a los procesados en venta por estos negocios se destacó los adquiridos directamente de proveedores y los elaborados en la misma carnicería. En los chacinados y embutidos provenientes de proveedores se destacó en primer lugar la morcilla (65%), seguida por el chorizo (53,4%); la salchicha parrillera (43,5%); la salchicha de viena (36,8%) y salame (19,3%). Dentro del grupo de los chacinados de elaboración propia se observó 34.5% de chorizo, 11,6% morcilla, 3,6% salchicha de viena, 3% salchicha parrillera y 2,2% salame. Hubo un 5.8% de comercios que no especificó el origen del procesado de estos productos a la venta. Con respecto a los pre-elaborados adquiridos de proveedores se encontró las patitas (8,5%), las hamburguesas (7,2%), las milanesas (5,4%) y los arrollados (3,1%). En referencia a estos productos de elaboración propia se observó 79,8% milanesas, 69.9% de hamburguesas, 21.1% de arrollados, 7.6% de albóndigas y 5.4% de patitas, además de un 5.5% de otros productos como lengua en escabeche y milanesas rellenas. En un segundo momento se analizó específicamente los productos elaborados a partir de carne de cerdo. Los adquiridos de proveedores fueron: chorizos (64,6%), milanesas (52,9%), salames (43,5%), panceta (36,3%) y bondiola (17,9%). Los de elaboración propia fueron milanesas (34,5%), chorizos (11,6%), salames (9,4%) y bondiola (2,2%). En referencia los productos de venta cruzada se destacó la venta de carbón y/o leña (69,5%), aderezos/condimentos (56,5%), huevos (52,9%), pan (19,7%), papas (14,3%), queso parrillero (12,5%), vegetales congelados (11,6%), vino (8%) y mariscos congelados (3,1%). El 18,1% de los encuestados no respondieron al respecto de la venta cruzada. Como conclusión resulta que en las bocas de expendio minoristas del partido de La Plata encuestadas, los productos comprados que se encuentran en primer lugar son la morcilla y el chorizo, y dentro de los pre-elaborados, las milanesas. Por último, de la venta cruzada, el carbón y/o leña es el primero entre una variada oferta de productos.

Bibliografía:

1. Canosa, F. La inédita oportunidad de la carne argentina. (2021). Disponible en: <https://www.producirconservando.org.ar/post/la-in%C3%A9dita-oportunidad-de-la-carne-argentina>.
2. Pastorelli, V.; Tamburini, V.; Laporte, G.; Albo, G.; Rodríguez, V.; Fernández, M. y Mouteira, C. (2018). Estudio de la venta minorista de carne ovina en la ciudad de La Plata. Las carnicerías como intérpretes de las representaciones de los consumidores. XIX Jornadas de Divulgación Técnico-Científicas 2018. Facultad de Ciencias Veterinarias. VI Jornada Latinoamericana. IV Jornadas de Ciencia y Tecnología 2018. Facultad de Ciencias Agrarias. III Reunión Transdisciplinaria en Ciencias Agropecuarias 2018, Universidad Nacional de Rosario. 2. Trabajo publicado en el Libro de Resúmenes 2018. Libro digital, PDF. ISBN 978-987-46406-5-9.321-322.

3. Mouteira, M.C.; Pastorelli, V.; Albo, G.; Rodríguez, V.; Laporte, G.; Vega, M.; Tamburini, V. (2018) Evaluación del consumo de carne de cerdo fresca en la localidad de La Plata a partir de la percepción del mercado minorista. XIX Jornadas de Divulgación Técnico-Científicas 2018. Facultad de Ciencias Veterinarias. VI Jornada Latinoamericana. IV Jornadas de Ciencia y Tecnología 2018. Facultad de Ciencias Agrarias. III Reunión Transdisciplinaria en Ciencias Agropecuarias 2018, Universidad Nacional de Rosario. Trabajo publicado en el Libro de Resúmenes 2018. Libro digital, PDF. ISBN 978-987-46406-5-9. 313-314.