

ESTUDIO PRELIMINAR SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE CARNE AVIAR EN EL PARTIDO DE LA PLATA

Tamburini, V 1 ; Torcasso, I 1 ; Pastorelli, V 1 ; Mouteira, C 2 .

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

El consumo de carne de pollo y huevos, y de alimentos de origen animal en general, ha aumentado rápidamente en las últimas décadas. El incremento de la demanda ha de atribuirse principalmente al crecimiento demográfico, la urbanización y el aumento de los ingresos en los países en desarrollo. El pollo domina el consumo mundial de carne porque es accesible, tiene un bajo contenido de grasa y se enfrenta a pocas restricciones religiosas y culturales¹. En nuestro país, su consumo ha ido aumentando en los últimos años siendo en el 2003 de 20kg y en el 2021 de 46,4 kg/hab./año². Por estas razones, el objetivo del presente trabajo fue determinar la percepción del consumidor de carne aviar en el partido de La Plata. Para este trabajo se llevó a cabo un relevamiento cuali-cuantitativo utilizando como herramienta de recolección de información una encuesta constituida por 16 preguntas realizadas con un formulario de *Google*. Las primeras 6 indagan sobre la conformación de la familia y las restantes se basan en la compra, consumo y percepción del consumidor en referencia a las características organolépticas de la carne aviar en formato de elección múltiple. Los datos fueron analizados por estadística descriptiva. Se realizaron 151 encuestas, de las cuales el 68,2% fueron mujeres y el 31,8%; varones; cuyas edades se encontraron entre un mínimo de 18 años y un máximo de 72. De la población encuestada, el 98,7 % consume carne de pollo, mientras que el 1,3% no lo hace. Con respecto a la caracterización de la población consumidora se observó que el 64,5% eran personas mayores de 18 años; el 19,5% eran jóvenes entre 12 y 18 años y el 16% restante eran menores de 12 años. En relación a la motivación de consumo (gráfico 1), el 48,3% lo hace porque le gusta, seguido por el 19,2% que la considera fácil/práctica para cocinar y el 18,5% por ser una carne de precio accesible. En el gráfico 2 se puede apreciar la frecuencia de consumo obteniendo el 70,9% de la población que lo realiza entre 2 y 3 veces a la semana y el 12,6%, cada 15 días. Respecto a la cantidad de producto adquirido durante la compra, los datos fueron variables siendo un mínimo de 0,2kg hasta un máximo de 10kg, con un promedio 2,65kg/compra.

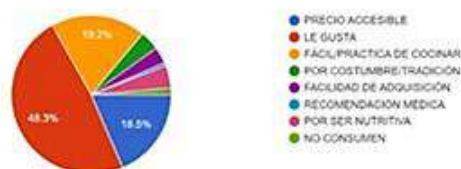


Gráfico 1: Razones por las cuales se consume carne de pollo

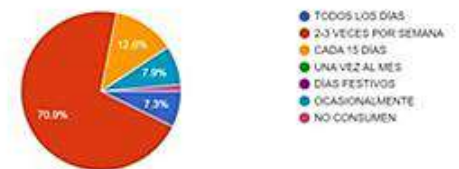


Gráfico 2: Frecuencia de consumo de carne de pollo.

En relación al lugar de adquisición, los consumidores optaron primero por las pollerías (66,2%), seguido por las carnicerías (24,5%) y en tercer lugar por los hiper/supermercados (7,9%). El tipo de producto seleccionado fue pechuga con el 43%, seguido de pata/muslo con el 30,5% y 21,9% de pollo entero. Respecto a las características organolépticas de esta carne percibida por los consumidores, los datos se pueden observar en las tablas 1 y 2.

Tabla 1: Consideraciones sobre el tenor graso.

TENOR GRASO	%
MUY MAGRA	6
MAGRA	49,6
GRASA	3,3
MUY GRASA	0
DEPENDE DEL CORTE	33,8
NO SABE	7,3

Tabla 2: Consideraciones sobre la terneza.

TERNEZA	%
TIERNA	75
NO SIEMPRE ES TIERNA	10,6
DURA	1
DEPENDE DEL CORTE	10
NO SABE	3,4

Al mismo tiempo, se indagó sobre el consumo de alimentos pre-elaborados a partir de la carne de pollo que, si bien el 13,3% no realizaba el consumo de estos productos, el 86,7% restante consumía en un 80 % milanesa y en un 6,7 % patitas/formitas. Los datos que se obtuvieron sobre cómo se cocina la carne fueron: 40,4% al horno, 16,8% a la plancha, 4,8% a la parrilla y 4% guisada, habiendo además un 34% que empleaba diversos tipos de cocción. Por último, se preguntó sobre con que otros alimentos acompañaba esta carne y se obtuvo la siguiente información: 41,1% no tenían una preferencia particular sobre los contornos empleados, el 33,1% acompañaba con ensaladas, 13,4% con papas, 8,6% con verduras cocidas y 4,4% la consume con arroz/fideos. Otra de las opciones, era "sólo con pan", pero ningún encuestado la eligió. En referencia a este estudio se concluye que existe una alta frecuencia de consumo semanal (2 a 3 veces/semana), siendo la principal motivación el gusto. Es un producto que la mayoría de la población lo adquiere en comercios especializados (pollerías) y donde el corte más comprado es la pechuga, y con respecto a los pre-elaborados, las milanesas. Además, en referencia a sus características organolépticas, consideran que el producto es tierno y magro; con una preparación preferentemente al horno y acompañado con diversos alimentos.

Agrofy News. (2022) En 2021 se faenaron 741,4 millones de aves y el consumo de carne de pollo ya supera los 46 kg por habitante al año. Disponible en: <https://news.agrofy.com.ar/noticia/198319/2021-se-faenaron-7414-millones-aves-y-consumo-carne-pollo-ya-supera-46-kg-habitante>.

FAO. (2022) Producción y productos avícolas. Disponible en: <https://www.fao.org/poultry-production-products/products-and-processing/es/>.