

TPP 35 Hábitos y preferencias en el consumo de carne ovina en la ciudad de Trelew, Provincia de Chubut. Comunicación.Bain, I.^{1*}, Ceballos, D.², Villa, D. M.², Acuña, S.¹, Vargas, P.³, Andrade, M.³ y Inchausti, C.⁴¹INTA EEA Chubut. 25 de Mayo 4780, Trelew. ²INTA EEAf Esquel. ³INTA EEA Santa Cruz. ⁴Alimentos Balanceados CRECER S.A.*E-mail: bain.ingrid@inta.gob.ar

Consumer habits and preferences of sheep meat in Trelew city, Chubut province. Communication.

Introducción

En Patagonia, la intensificación de sistemas de producción de carne ovina, basados en el aporte de concentrados a la ración, se plantea como una necesidad para incrementar los índices productivos y la calidad del producto, en especial en años secos. La evaluación de la carne producida en estos sistemas, diferentes al tradicional en base a pastizales naturales, y su percepción por parte de consumidores debe ser tenida en cuenta al momento de promover su consumo. Es por lo tanto de interés conocer los aspectos que el consumidor considera importantes en el momento de la compra y el consumo, para mejorar la calidad de la carne según sus preferencias. Esto permitiría desarrollar estrategias de producción y comercialización para lograr un mayor consumo orientadas, además, a grupos concretos de consumidores. El objetivo del trabajo fue conocer los hábitos y preferencias respecto al consumo de carne ovina, de integrantes de un panel de consumidores de carne de la ciudad de Trelew, Provincia de Chubut.

Materiales y métodos

Se realizó una encuesta a 84 consumidores, 61% hombres y 39% mujeres, 36% de 21 a 40 años, 53% de 41 a 60 años y 11% mayores a 60 años de edad, en un panel de carne ovina realizado en la EEA INTA Chubut, en la ciudad de Trelew,. La encuesta indagó sobre vinculación de los consumidores al medio rural, frecuencia de consumo de distintos tipos de carne, hábitos de compra, tipo de carne ovina consumida, limitaciones en el consumo de carne ovina, preferencias en el tipo de alimentación ofrecida a los animales, e importancia asignada a determinados aspectos al momento de adquirir carne ovina. El análisis de los datos categóricos se efectuó mediante el cálculo de proporciones.

Resultados y Discusión

El 44% de los consumidores encuestados manifestó haber vivido en el medio rural. Con respecto a la frecuencia de consumo de los distintos tipos de carne, fue mayor para las carnes bovina y aviar donde 95,2% y 85,5% de los participantes indicaron consumirlas 1 o más veces por semana, respectivamente (Figura 1). Todos los participantes manifestaron consumir carne ovina, siendo la mayor frecuencia de consumo "menos de 1 vez por mes" (33,7%). El 83,1% de los encuestados manifestó estar a cargo de la compra de carne en el hogar, siendo el principal lugar de compra la carnicería (96,4%).

En relación a la categoría de carne ovina optada para consumo, el cordero y el capón fueron seleccionados en mayor proporción (89,2% y 60,2% respectivamente), seguidos por el borrego (44,6%) y finalmente, la oveja (13,3%). Solo un 25,3% de los encuestados indicó cordero como única opción, el 63,9% señaló consumir además otras categorías y un 10,8% indicó consumir únicamente animales adultos. Un 75,9% de los encuestados estaría dispuesto a consumir más carne de cordero, siendo las principales limitantes la disponibilidad en el año (39,8%), el precio

(37,3%) y la falta de practicidad de los cortes para cocinar (18,1%).

Un 51,8% de los encuestados manifestó preferir animales alimentados a pasto, mientras un 2,4% prefieren aquellos alimentados con concentrado. Un 15,7% de los consumidores prefieren una dieta mixta (pasto más grano) y a un 30,1% les es indistinto la alimentación recibida. La carne de animales a pasto fue asociada a carne más sabrosa y más saludable (63,4% y 50,0% de las encuestas, respectivamente), de más calidad (36,6%), más respetuosa del bienestar animal (34,1%) y del medio ambiente (25,6%). La carne de animales alimentados a grano fue considerada más tierna (36,6%) y más económica (20,7%). En relación al nivel de importancia asignado a diferentes aspectos en el momento de adquirir carne ovina (Figura 2), más del 80% de los encuestados consideró las condiciones bromatológicas, el color de la carne, color de la grasa y la terneza como muy importantes. Otros aspectos vinculados a los sistemas de producción (edad, alimentación, bienestar animal, origen, crianza), el precio de la carne ovina y otras carnes fueron considerados muy importantes por una menor proporción de consumidores (entre 60% y 75% de los encuestados).

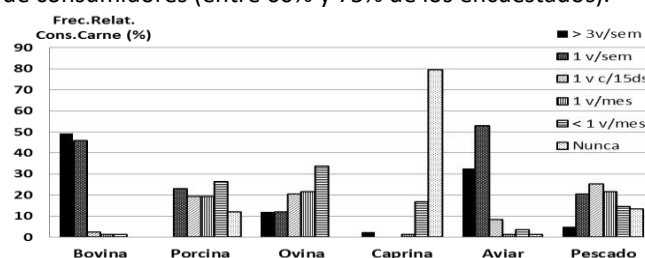


Figura 1. Frecuencia de consumo de distintas carnes (%).

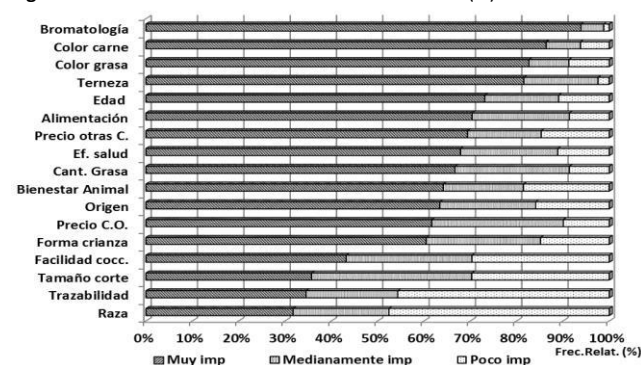


Figura 2. Aspectos considerados en el momento de adquirir carne ovina, ordenados según la importancia asignada a cada uno.

Conclusiones

Los consumidores encuestados están habituados al consumo de carne ovina y dispuestos a incrementarlo, pero limitados por la disponibilidad y el precio. El sistema de alimentación es considerado muy importante por los consumidores, donde la carne a pasto se asocia con el sabor, la salud, la calidad, el bienestar animal y medio ambiente. Es un desafío diseñar y comunicar sistemas que permitan intensificar la producción, con el aporte eventual y estratégico de concentrados, para mejorar la productividad y los parámetros más valorados por los consumidores.