

EL CONSUMO DE CARNE VACUNA EN ARGENTINA

Jorgelina Vidal. 2005. Clarín Rural, Bs. As., 23.04.05.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Carne y subproductos](#)

Un sondeo reveló cuáles son los gustos de los argentinos. A la hora de comprar, las carnicerías ganaron la pulseada.

Enfundados en sus largos delantales blancos, ellos asoman, elevados, detrás de un amplio mostrador en el que sin vergüenza despliegan su arte, articulando con apuro y fiereza las cuchillas de distintos tamaños que hacen fila aceradas en un rincón. Muchos mitos se inspiraron en ellos y más allá de la picardía y ternura que "al carnicero del barrio" le imprimió hace años el actor Guillermo Francella, hoy ya no quedan dudas: "ellos son los preferidos" por el consumidor de carne vacuna.

La afirmación se sustenta en los datos de un estudio de consumo de carnes que realizó el Instituto Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) junto a la consultora TNS Gallup.

En él, el 72% de los encuestados sostuvo que compra la carne en las carnicerías, mientras que el 32% lo hace en los supermercados. Esto muestra la confianza que el carnicero del barrio genera a la hora de comprar un producto alimentario tan sensible.

Más aún, en los estratos de menor poder adquisitivo, el 80% de los encuestados respondieron que adquieren los cortes en las carnicerías. Un 27% dijo que compra el producto dos días a la semana, el 22% lo hace entre tres y cuatro veces a la semana y el 20% dijo realizar las compras en una sola oportunidad.

Así, del sondeo surgió que los argentinos consumen carne vacuna casi todos los días, a razón de cuatro veces por semana, y que las milanesas, el asado y los bifés son las comidas preferidas en los hogares.

El estudio, que reflejó las características de consumo de carnes rojas de un 74% de la población nacional y un 48% de los hogares, se realizó en dos etapas. Primero se formaron 16 grupos con hombres y mujeres de 14 a 55 años de las ciudades de Buenos, Córdoba, Rosario y Mendoza.

Después hicieron 1105 entrevistas en las que evaluaron el consumo individual en la población de todo el país. Y esto se completó con 1101 encuestas realizadas a "decisiones de compra de alimentos en el hogar", en Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, Tucumán, Corrientes y Neuquén.

El ciento por ciento de los consultados revelaron que habían comido carne vacuna al menos una vez. En cambio, sólo el 49% dijo haber probado algún tipo de carne salvaje y el 42% hizo lo propio con la carne de pato.

Siguiendo con las estadísticas, el estudio indicó que los argentinos consumen 68 kilos de carne al año, de los cuales 62 kilos corresponden a comidas en el hogar. Mientras que unos 6 kilos se comen afuera, en restaurantes, casas de amigos o familiares.

Con respecto a la periodicidad del consumo, un 32% de los consultados señaló que come carne entre tres y cuatro veces por semana, un 17% lo hace entre seis y cinco veces y el 29% reconoció que la consume todos los días.

Y, a la hora de hablar de sus cualidades, por sobre otros atributos, el 47% de los encuestados elogió la carne por ser sabrosa, un 26% adjudicó su consumo a la tradición del asadito y un 18% a los valores nutricionales que tiene el producto.

Entre los cinco cortes más consumidos están el asado, que con el 57% encabeza la tabla de posiciones. Le sigue la carne picada con el 41%, la bola de lomo con el 36%, el vacío con el 35% y la cuadrada con el 35%, aunque vale aclarar que este ranking no responde necesariamente, sobre todo por una cuestión de costos, con las preferencias del consumidor. Ya que entre los más codiciados también aparece primero el asado, pero seguido por el cuadril, la bola de lomo y el peceto.

"El trabajo permite aclarar las principales fortalezas y debilidades de la carne frente a alimentos competidores y establecer un ranking de importancia de los factores que definen la calidad de la carnes", sostuvo Arturo Llavallol, presidente del IPCVA. "Constituye (el estudio) el punto de partida para la planificación e implementación de campañas de marketing que apunten a consolidar el consumo de carnes rojas en el mercado interno", subrayó Llavallol.

Esto porque en la Argentina el 85% de la producción total de carnes se destina al mercado interno y sólo un 15% se exporta, lo que demuestra a las claras la inclinación de la población por la carne antes que otros alimentos.

Sin embargo, el IPCVA está realizando un estudio similar a éste en la UE, evaluando la percepción de los consumidores y de los canales de distribución (retailers), en lo referido a "carne vacuna" y, en particular, "carne vacuna argentina". Alemania, Italia, España, Holanda y el Reino Unido son los cinco países en los que hace foco el trabajo.

Por otro lado, el muestreo reveló que, entre otros hábitos, la mayor parte de los consumidores se inclina por la carne de novillo. Así lo hizo el 43% de los encuestados. El 38% se inclinó por los cortes de ternera y sólo el 11%

lo hizo por los de novillito. "El trabajo confirma muy bien lo que sabemos, pero a veces, al no estar plasmado en un estudio así, no se tiene en cuenta", concluyó Llavallol. Ahora habrá que ver si el carnicero de su barrio coincide.

Volver a: [Carne y subproductos](#)