



**TPP 28** El consumo de carne ovina en la provincia de La Pampa. **Agüero, D., Resler, R., Bruno, F., Belmonte, V., Tapia, G. y Melazzi, M.** Fac.Agron., Univ.Nac. de La Pampa. daguero@ayv.unrc.edu.ar

*The sheepmeat consumption in the Pampa*

El objetivo del trabajo consistió en caracterizar el consumo de carne ovina en la provincia de La Pampa. El estudio se realizó con información primaria a través de 719 encuestas estructuradas efectuadas a consumidores en los principales centros urbanos de la provincia: Santa Rosa, Gral. Pico, Gral. Acha, Edo. Castex y Realicó. Las variables consideradas fueron de carácter sociodemográficas, comportamentales y valoración. Se realizaron análisis de frecuencia y test de X<sup>2</sup>. Los resultados indican que el 29% de los encuestados consume carne ovina. Entre las características sociodemográficas de los consumidores, la edad promedio es de 44 años. A nivel de ingresos familiares predomina con el 37% el estrato de \$ 850-2100 y con respecto al género, son mayoría los hombres. Con respecto a la educación, presentan un bajo nivel educativo, por cuanto predomina el 36,8 % que tiene solo estudios primarios. Los medios de comunicación que más influyen en la decisión de compra son la televisión (34%), seguida por la comunicación personal (28%), la radio (26%) y los folletos de promoción con el 22%. La compra de estos productos se realiza principalmente en el campo (66%) seguida de las carnicerías (29%), en ocasiones especiales (55%) con un consumo de 1,1 kilogramos por persona, valor superior al promedio nacional. El producto más demandado es el cordero de 10

*Revista Argentina de Producción Animal Vol 28 Supl. 1: 177-233 (2008)*

kg y los principales aspectos valorados por los consumidores son la calidad, el control sanitario y el precio (85%), con baja valoración del contenido de grasa. Los motivos de NO consumo son el gusto (57%) y el reemplazo por otras carnes (17%). A un alto porcentaje le interesaría conocer las características del producto (55%). Además, un tercio de los consumidores opinan que la carne ovina tiene más colesterol que la carne vacuna y el pollo, determinando una importante falta de información y preconcepciones. Referente a la decisión de compra, predomina la determinación sincrética, es decir que es tomada en común por el hombre y su esposa. Al analizar las variables socioeconómicas que influyen en el patrón de consumo, se identificaron aquellas con diferencias significativas ( $p < 0,05$ ), entre las cuales se menciona al género, ocupación, número de integrantes de la familia y nivel educativo. Así pudo establecerse que los hombres, los empleados y trabajadores independientes, mayor nivel educativo y las familias más numerosas son las que consumen más de este producto. Ver Cuadro 1.

**Cuadro 1:** Características socioeconómicas de los consumidores y no consumidores de carne ovina.

Variables	Rubros	Consumo de Carne Ovina		Test X <sup>2</sup> Valor p
		Sí Consume	No Consume	
Género	Masculino	60	34	0,002
	Femenino	40	66	
Total		100	100	
Ocupación	Empleado	33	32	0,001
	Amas de casa	24	26	
	Independiente	19	8	
	Profesional	4	10	
	Otros	20	24	
Total		100	100	
Integrantes de la familia	1-2	23	33	0,002
	3-4	47	47	
	Más de 5	30	20	
Total		100	100	
Escolaridad	Primaria	44	38	0,035
	Secundaria	37	36	
	Terciaria	10	11	
	Universitaria	9	15	
Total		100	100	

Si bien predomina el consumo del cordero mediano, se detectó la discreta aceptación del cordero mamón (menor a 5 kg.) y la escasa compra del cordero pesado y la oveja. Esto orienta a reformular la política de productos que deben ofrecer al consumidor acompañado de una adecuada estrategia de comunicación con los atributos más relevantes de este producto. Con respecto al precio a pagar, se dispondría un precio de 5 \$/kg. (diciembre de 2006). En este aspecto, Santa Rosa, Realicó y Gral. Acha muestran la predisposición a pagar mayor precio que el promedio provincial. Relativo a la presentación del producto y la necesidad sobre mayor información, al 54,5% de los consumidores le gustaría conocer las características del producto y el 85% desea que la información se encuentre en la etiqueta del mismo. Los encuestados que no consumen carne ovina, señalan como la principal causa a la no disponibilidad del producto en los puntos de venta y luego al gusto. El origen de no disponibilidad, se manifiesta en mayor

medida en Gral. Pico y Edo. Castex; y fue muy bajo en Santa Rosa. Con respecto al precio, este es un condicionante importante en Gral. Pico y en menor medida en Santa Rosa. A pesar de ello, un 40% de esta categoría está dispuesta a incorporar este producto a su dieta en reemplazo de carne vacuna. Estos aspectos permiten establecer que este producto tiene un mercado potencial importante y que ellos son necesarios considerar para el diseño de estrategias comerciales que permitan posicionarlo en el mercado.

**Palabras clave:** carne ovina, consumo, La Pampa.

**Key words:** sheepmeat, consumption, La Pampa.

