

BROMATOLOGÍA Y TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS: DESPOSTE Y CONSUMO DE CARNE

Lioi, Marcelo¹; Ibarгойen, José²; Cerezani, Juan³; Aman Rodríguez, Leonardo⁴; Lunghitano, Sebastián⁴; Fernández, Lucrecia⁴

¹Director de Producción Láctea.

²Jefe de Departamento de Competitividad Agroalimentaria.

³Intendencia de Soriano (Uruguay).

⁴Departamento de Competitividad Agroalimentaria.

Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

decomagro@hotmail.com



INTRODUCCIÓN

La distribución y venta minorista de carnes se encuentra en la actualidad estimulada por la competencia de los mercados. Las exigencias para mantenerse competitivas obligan a las carnicerías a brindar servicios y productos de calidad. Más allá de las posibilidades para incrementar la competitividad sectorial, la eficiencia de esta etapa de la cadena se relaciona también con la búsqueda de una mejor comunicación del sector con el consumidor, ya que existe un enorme potencial para informar, educar y enseñar en el punto de venta. Los consumidores tienen gustos y preferencias diferentes con respecto a las ventajas o desventajas que ofrece cada punto de venta; así se puede observar que resaltan algunas cualidades inherentes a las carnicerías en com-

paración con los super/hipermercados, ellas son la posibilidad de adquirir carne más fresca, la mayor confianza con el vendedor, la posibilidad de elegir el corte a gusto y el mejor asesoramiento en la compra.

El desposte presenta variaciones entre mercados y entre carnicerías, debido no sólo a los gustos particulares de los consumidores sino también a que el carnicero busca un máximo aprovechamiento y margen de beneficio de cada corte, intentando por ello dar mejor salida a los cortes de más difícil venta. El patrón de consumo tiene mucho que ver con un concepto fuertemente arraigado en nuestra sociedad y es que la gente asimila el atributo ternura casi exclusivamente con la carne de ternera o carne de animal de menor edad. Tradicionalmente la carne bovina es la que tiene mayor participación en el consumo.

En una encuesta realizada por el IPCVA en 2008 se relevaron los aspectos que tenía en cuenta el consumidor a la hora de decidir la compra de carne vacuna: calidad (93%); comida a elaborar (84%); corte a adquirir (83%); cantidad-kilos a adquirir (81%). En esta misma encuesta se destaca que el 80% de los consumidores aprecia la calidad de la carne que adquiere por el color de la misma. En lo que respecta al lugar de compra de productos cárnicos, es evidente el elevado peso que tienen las carnicerías dentro de la distribución minorista de carne, ya que el 56% de las personas elige la carnicería para realizar sus compras de este producto.

Dentro del Programa de Mejora de la Calidad de Alimentos de Origen Animal que lleva a cabo el Ministerio de Asuntos Agrarios conjuntamente con otras entidades, se desarrollaron jornadas de capacitación teórico-prácticas en distintos partidos de la provincia de Buenos Aires destinadas a despostadores (carniceros) y operarios de plantas procesadoras (fábricas y frigoríficos), con el fin de capacitar a los actores que están en los puntos de venta de los productos cárnicos. El objetivo del presente trabajo es el relevamiento de pautas de comportamiento en el consumo de carnes y la capacitación en la actividad de desposte de los actores en los puntos de venta de la cadena cárnica.



MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un relevamiento bibliográfico sobre distintos trabajos de investigación que abordaban el consumo de carnes y el comportamiento de los consumidores en diferentes situaciones de compra de productos cárnicos de las diferentes especies. Se capacitó un total de 113 personas en distintos partidos de la Provincia de Buenos Aires: General Belgrano, General Juan Madariaga, Suipacha y Tapalqué. Las charlas técnicas (Figura 1) se desarrollaron en distintas instalaciones de las entidades con las cuales se coordinaban estas capacitaciones y se abordaron los siguientes temas: Clasificación y tipificación de carnes: bovinos, porci-

nos, ovinos y aves; Cadena agroalimentaria: mercado de ganados y carnes; Inocuidad y calidad de carnes; Factores que componen la calidad de la carne; Hábitos de consumo: comportamiento de los consumidores; Calidad de carnes: destinos comerciales, distintos sistemas de producción, efectos del estrés, parámetros comerciales de calidad de carnes; Buenas prácticas de manufacturas y enfermedades transmitidas por los alimentos; Sistema de cortes bovinos, porcinos y ovinos.

Las actividades prácticas (Figura 2) consistieron en desposte de reses bovina, porcina y ovina, detallando las particularidades técnicas de cada procedimiento así como también desarrollando cuestiones comercia-

PAGANINI COMBA

TUMBLERS
2.600L H 10.000L

*TUMBLERS DE ALTO RENDIMIENTO
ESTABLES, DURADEROS Y DE POCO MANTENIMIENTO.
VERSÁTILES Y SIMPLES, PERMITEN MAYOR FACILIDAD
DE LIMPIEZA Y MENOR PERDIDA DE PRODUCTO.*

CONTROLE Y OPERE LOS TUMBLERS
DESDE SU CASA CON SU SMARTPHONE

PAGANINI COMBA

45 AÑOS DE INNOVACIÓN EN MAQUINARIAS
PARA LA INDUSTRIA FRIGORÍFICA
www.paganinicomba.com.ar

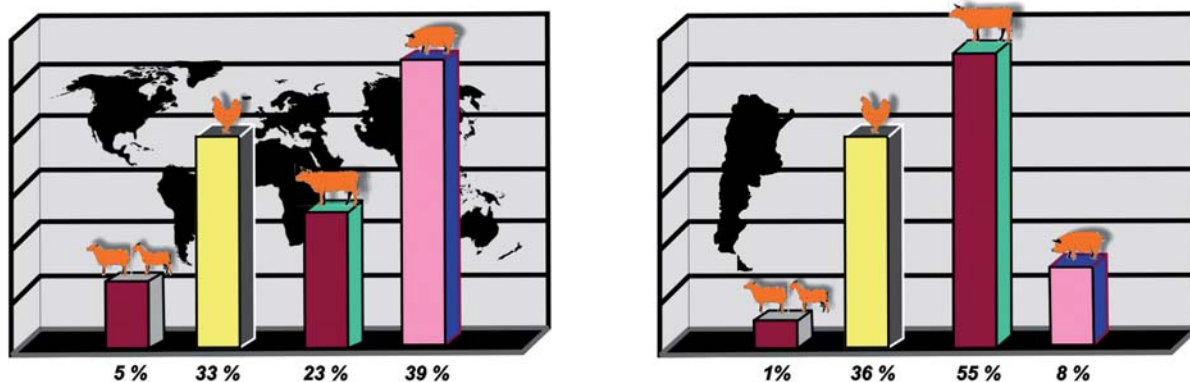


Figura 1 - Actividades de capacitación teórico-prácticas del proceso de desposte



Figura 2 - Detallando las particularidades técnicas del proceso de desposte

Figura 3 - Consumo de carnes en el mundo y consumo nacional



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación

les sobre los diferentes cortes, aspectos higiénico-sanitarios del proceso de desposte y características organolépticas de las materias primas. Fue un hecho destacado contar con el aporte desinteresado de reses y medias reses por parte de algunos de los participantes para poder desarrollar las actividades prácticas.

Se elaboró una encuesta en la que se consultó sobre temas relacionados con calidad de carnes y comportamiento de los consumidores, la misma fue respondida por los asistentes en las distintas jornadas, además se distribuyó material didáctico (folletos y cuadernillos). Completada cada jornada de capacitación se entregó a cada participante un certificado avalado por el Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia de Buenos Aires.

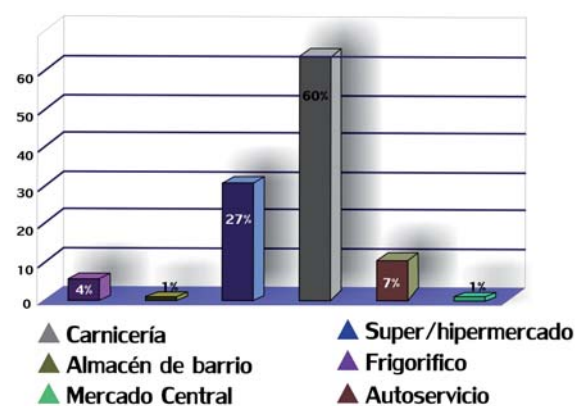
RESULTADOS

Según la revisión bibliográfica el consumo de carnes a nivel mundial y nacional se estratifica de la manera presentada en la figura 3. El mayor consumo registrado a nivel mundial es de carne de porcina, en segundo lugar carne de aves y por último carne bovina. En nuestro país se observó una disminución moderada a lo largo de los últimos años en el consumo de carne bovina y un aumento importante del consumo de carne de aves.

El lugar de compra de los productos cárnicos según estudios del IPCVA se observa en la figura 4. Se desprende que la carnicería es el principal lugar de elección por los consumidores para realizar las compras y en segundo lugar están los supermercados-hipermercados.

En ese mismo trabajo llevado a cabo por el IPCVA se realizó una evaluación de los parámetros de calidad que tienen en cuenta los consumidores en el momento de compra de carne, los datos recogidos se muestran en el cuadro 1.

Figura 4 - Lugares de compra de productos cárnicos



Fuente: IPCVA / TNS-Gallup 2008.

Cuadro 1 - Parámetros de calidad evaluados por consumidores para la compra de carnes

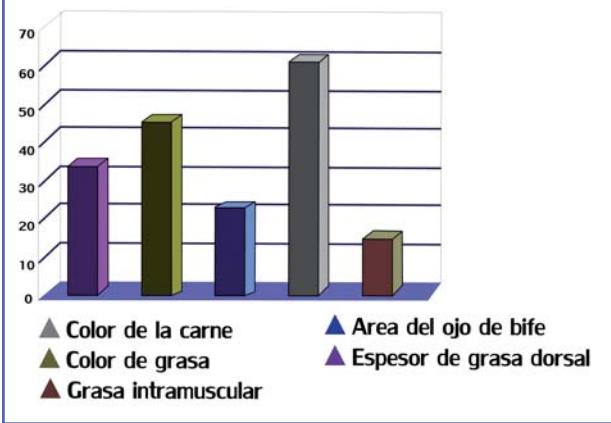
PARÁMETRO	PORCENTAJE
Color de la carne	80
Cantidad de grasa	15
Olor de la carne	13
Color de la grasa	10
Por la presentación	7
Confianza en el lugar	5

Fuente: IPCVA / TNS-Gallup 2008.

También se consultó a los asistentes que expresaran que parámetros de calidad eran tenidos en cuenta en el momento de evaluar la mercadería que comercializaban, los resultados se presentan en la figura 5. De lo anterior surge que el principal parámetro de calidad que tienen en cuenta los consumidores a la hora de juzgar un producto cárnico es el color de la carne, en segundo lugar el color de la grasa y en tercer lugar el espesor de grasa dorsal.

En la figura 6 se detallan las especies que presentan mayores dificultades para su comercialización y qué tipo de carnes son más accesibles en términos de

Figura 5 - Aspectos de calidad de la carne



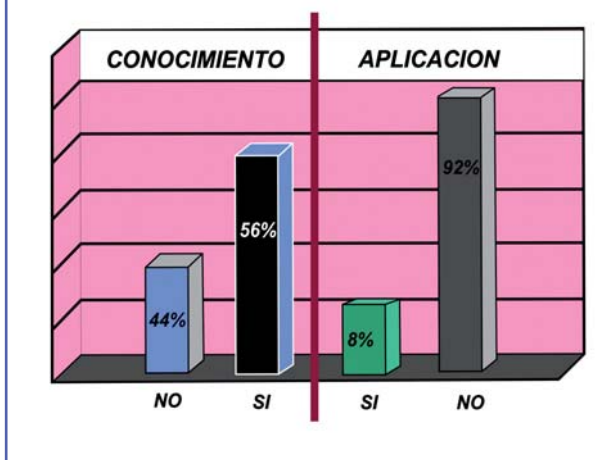
precios al consumidor. Se observa que el ovino es la especie que evidencia mayores problemas en la comercialización y que la carne más accesible por cuestión de precio es la de aves.

Por último, se consultó a los participantes si conocían las Buenas Prácticas de Manufacturas, que significaban y para qué se utilizan. El 56% reconoció lo que significan las Buenas Prácticas de Manufacturas, pero en relación a si las aplican en los establecimientos en los que se desempeñan, surge que el 92% no lo hace (Figura 7).

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en las encuestas indican que las especies más comercializadas en carnicerías de la provincia de Buenos Aires son la bovina y porcina, en tercer lugar está la carne ovina. Es necesario aclarar que no en todas las carnicerías se vende carne de aves y que esta especie tiene lugares específicos para su venta ("pollajerías", "granjas", etc.). La carne de aves, según

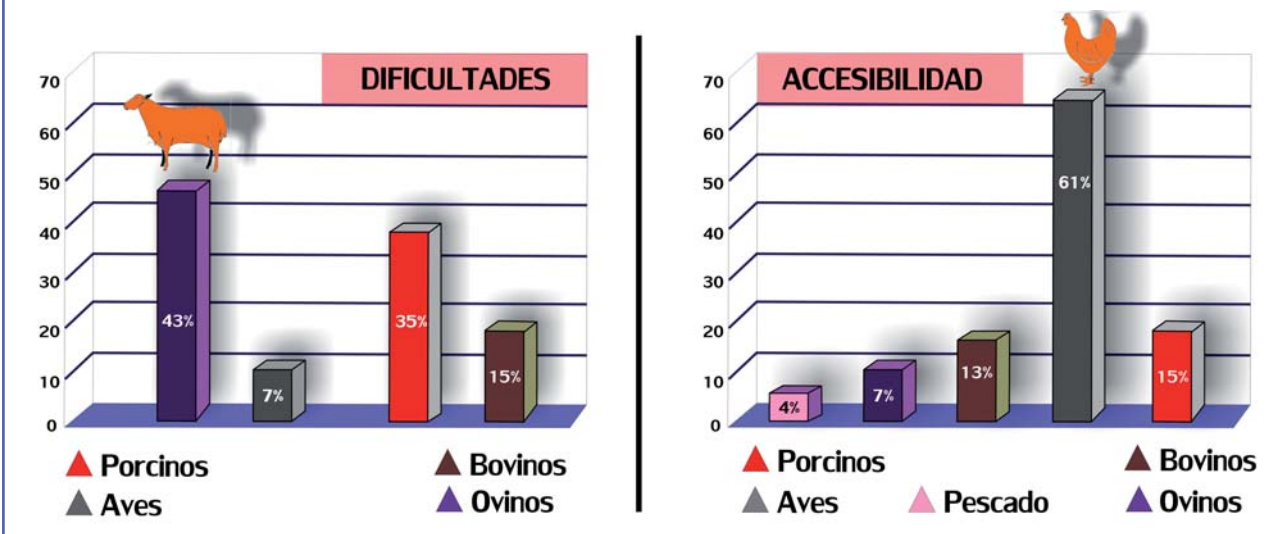
Figura 7 - Dificultades de comercialización y accesibilidad por precio



las encuestas, en un alto porcentaje es considerada más accesible que otro tipo de carnes por precio al consumidor. A nivel nacional el consumo de carne de aves se incrementó en el transcurso de los últimos años, aunque no llega a ser la carne más consumida en el país. Se puede pensar que este incremento pudo haber sido influenciado por un lado por el precio accesible de la carne de aves y por otro lado por el alto valor de la carne bovina. La especie ovina es la que evidencia mayores problemas en la comercialización, hecho que se destacó en las encuestas, donde también se expresa que ello se debe a la falta de costumbre en el consumo y al alto precio de comercialización de esta especie, entre otras consideraciones.

Existen en el mundo nuevas tendencias en lo que se refiere al consumo de alimentos y productos de origen animal. Por ello resulta una estrategia el desarrollo de carnes alternativas que amplíen las posibilidades

Figura 6 - Conocimiento y aplicación de las BPM



de elección de los consumidores, se pueden citar especies como ciervo, jabalí, carpincho, ñandú, etc.

En cuanto a los parámetros de calidad que tuvieron en cuenta los encuestados en las jornadas a la hora de juzgar un producto cárnico, se destaca que el factor principal es el color de la carne, dato coincidente con el relevado por el IPCVA en el año 2008.

De acuerdo a la Resolución N° 80/96-GMC incorporada al Código Alimentario Argentino, las Buenas Prácticas de Manufactura son obligatorias para todos los establecimientos que manipulan alimentos, a pesar de ello en nuestro trabajo la mayoría de los encuestados asume que no aplican las BPM en sus establecimientos.

CONCLUSIONES

- Como conclusión principal podemos decir que se cumplió con el objetivo planteado en relación al destino de estas capacitaciones, ya que el 65% de las personas eran carniceros y empleados de frigoríficos. Además participaron agentes de bromatología, con lo que se completaría un 70% de personas capacitadas que cumplen un rol importante en el procesamiento y comercialización de carnes.

- Es importante potenciar la difusión de este tipo de capacitaciones, ya que se generan debates sobre las distintas formas de comercialización y además se pueden volcar los conocimientos técnicos de una manera didáctica.

- Hay que destacar que estas actividades promueven la inclusión de operarios en procesos de formación y certificación de prácticas calificantes, que aseguran competencias en un amplio campo de aplicación como lo son Frigoríficos Ciclo I (Plantas de Faena) y Frigoríficos Ciclo II (Despostado y preparación de la carne), Carnicerías, Supermercados, Fábricas de chacinados, etc.

- Hoy el mercado de la carne busca productos sanos, confiables y naturales, con la finalidad de satisfacer al punto final de la cadena que es el consumidor, ya que este sector demanda cada vez más beneficios de los productos que adquiere y es menos tolerante respecto a los productos que presentan inseguridad alimentaria.

- El antiguo oficio del carnicero deberá dar paso a comercios minoristas de carne cada vez más profesionalizados y con una visión más integral del negocio. En referencia al consumidor también se reconoce un desconocimiento de la versatilidad y propiedades culinarias de algunos cortes y en esto el carnicero debe recobrar su rol de orientador en la demanda, con la debida fundamentación de los conocimientos técnicos y comerciales.

- Es necesario reconocer que existe una falta de conciencia sobre la obligatoriedad de aplicación de las BPM, con lo cual -junto con la capacitación operativa sobre el desposte de las diferentes especies- debe también desarrollarse en forma específica una capacitación sobre manipulación de los alimentos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALUCINO, José; Víctor GARCIA; Ana PEREYRA; N. ABBIATI; C. FERRARI. "Evaluación de las Problemáticas y Oportunidades de Mejora de los Puntos de Venta Minorista de Carne Vacuna en la Argentina: su Análisis Comparativo con Países Comparativos". IPCVA-CEAGRO. FCA, 2007, Universidad de Lomas de Zamora-FAUBA.
- BIFARETTI, Adrián. ¿Cómo Compran Carne los Argentinos?. Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina. Investigaciones del IPCVA. 2008. Consultado http://www.ipcva.com.ar/documentos/791_comocompran.pdf
- BIFARETTI, Adrián. Expectativas de consumo y sustitución entre productos cárnicos. Jefe Departamento de Promoción Interna IPCVA, 2008.
- BIFARETTI, Adrián. Particularidades de la venta de carne minorista en carnicerías. Jefe Departamento de Promoción Interna IPCVA, 2008.
- DOCUMENTO DE TRABAJO N° 10 – Situación interna de productos cárnicos de origen pecuario 2013 – 2013. Relación entre consumo aparente y precios minoristas. Dirección Nacional de Estudios y Análisis Económico del Sector Pecuario. Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación. 2013.
- Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora – "Estudio de la distribución minorista de carne bovina en carnicerías de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires". Año 2007.
- IGLESIAS, Daniel. Análisis de la cadena de la carne ovina en Argentina. Estudios Socioeconómicos de los Sistemas Agroalimentarios y Agroindustriales – INTA. 2013.
- IGLESIAS, Daniel; GHEZAN, Graciela. Análisis de la cadena de la carne porcina en Argentina. Estudios Socioeconómicos de los Sistemas Agroalimentarios y Agroindustriales – INTA. 2013.
- INSTITUTO DE PROMOCION DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA (IPCVA) - GALLUP. El Consumo de la Carne Vacuna en Argentina. Documento de Trabajo Nro. 2. 2008 http://www.ipcva.com.ar/files/libro_gallup.pdf
- MILLARES, Patricia. Carne Porcina. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca. Revista Alimentos Argentinos. 2012.
- MUÑOZ, María Agustina; MESTRES, María Monserrat; RODRÍGUEZ, Sebastián. Análisis de las actividades del proceso de despostes de media res en industrias frigoríficas porcinas de Ciclo II. Facultad Regional Santa Fe - Universidad Tecnológica Nacional. 2013.
- ROSSINI, Gustavo; DEPETRIS DE GUIQUET, Edith. Factores que afectan la elección del lugar de adquisición minorista de carne vacuna en las provincias de Santa Fe y Entre Ríos. Proyecto de Investigación Financiado por La Universidad Católica de Santa Fe. 2009.