

La Carne Porcina en el Mercado Panameño, año 2001

Marta A. Alvarez Z.

Resumen

El “Estudio integral de la producción, industrialización y comercialización del cerdo en Panamá” tenía como objetivo principal proveer de conocimiento integral que permitiera generar, adaptar y transferir tecnología y métodos para resolver los problemas que confrontan los porcicultores en las diferentes fases de producción, industrialización y comercialización de la carne de cerdo. Además, explorar y pronosticar las perspectivas de exportación de la carne de cerdo producida en Panamá, así como comparar las ventajas competitivas de los posibles mercados de exportación.

Específicamente en el aspecto de mercado, no se cuenta con suficiente información del mercado nacional e internacional y se conoce parcialmente el mercado actual y potencial, los canales de distribución y comercialización, las costumbres y hábitos de los consumidores, entre otros.

Una vez realizadas las consultas realizadas a los 1,200 consumidores (hogares panameños) y a la muestra de 531 establecimientos (supermercados de cadena y medianos, mini super, abarroterías, carnicerías, mercados, restaurantes de comidas criollas e internacionales, fondas y restaurantes de hoteles) canales de comercialización importantes en el mercadeo de la carne porcina panameña, de forma representativa de las provincias de Coclé, Colón, Chiriquí, Herrera, Los Santos, Panamá y Veraguas; se pudo obtener los resultados que nos hicieron aceptar nuestra hipótesis de investigación de que si es posible aumentar el consumo de la carne de cerdo en el mercado panameño mejorando el producto, específicamente en su calidad.

Además, surgió de la investigación significativamente de que la carne porcina es un producto alimenticio que se compra en los hogares en cantidades fijas, cada vez que se va a realizar la compra de la canasta alimenticia en los hogares panameños. Esto lo indica la investigación realizada en el año 2001, ya que de los hogares encuestados el 74.2% la consume, y de éstos el 75.4% la consumieron semanalmente la última vez antes de la encuesta. Así como también que las características que el mercado consumidor exige para la carne porcina serán las mismas que se le pida al productor cuando este lleva la materia prima (cerdo) a la matanza y que posteriormente será distribuida al consumidor final, ya que el 74.1% de los consumidores manifestaron que la grasa como factor de calidad es el más importante para ellos, siguiendo con menos importancia el color y el sabor.

La carne porcina puede ser consumida en varias formas de cortes según el establecimiento donde la compra el consumidor final. El consumidor panameño consume la carne porcina en cortes, el canal es adquirido más por los establecimientos que distribuyen.

En términos nacionales el tipo de corte de carne porcina que más se consume mensualmente por los hogares panameños es el puerco liso. La tendencia de consumo por provincia según libras/mes/hogar varía significativamente, dependiendo de los cortes.

Al analizar las preferencias de los empaques, vemos que los consumidores prefieren las bolsas plásticas, posiblemente porque el comerciante es el que la dispone. Sabemos que estos son menos costosos que otros. Sin embargo, para una mejor presentación, manejo y conservación del producto mientras está en el establecimiento hasta que llegue al hogar, es preferible la utilización de otros tipos de empaques como bandejas de foam o plásticas, pero su uso dependerá de que los distribuidores quieran invertir en costos mayores que agregan valor y mejor presentación a los productos en la venta.

La diferencia del consumo entre los que consumen carne porcina y los que no consumen, es que los primeros prefieren más la carne de res, mientras que los otros la de pollo.