

GACETILLA CINCAP



pollo
alimentación
nutrientes
carne de pollo
pechuga
información
proteína
avicultura
patas y muslos
nutrición
ciencia



SEPTIEMBRE 2025

CARNE DE POLLO: LA MIRADA DEL CONSUMIDOR ARGENTINO

Desde 2014, y cada 5 años, desde el Centro de Empresas Procesadoras Avícolas llevamos a cabo estudios cualitativos con el objetivo principal de identificar las percepciones y creencias del consumidor acerca de la carne de pollo. Esto nos permite establecer los ejes sobre los que la Industria trabaja día a día.

Durante 2024, llevamos a cabo la tercera edición del estudio cualitativo. En esta oportunidad, sumamos al trabajo habitual, un estudio cuantitativo con el fin de que sea un punto de partida comparativo para próximas ediciones y poder observar y cuantificar la evolución de distintos conceptos.

Los resultados fueron muy enriquecedores y serán el punto de partida para diversas comunicaciones que iremos publicando.

En esta oportunidad, les compartimos el poster presentado en el XXIII Congreso Argentino de Nutrición, de la Sociedad Argentina de Nutrición, llevado a cabo del 3 al 5 de septiembre en el Hotel Hilton de Buenos Aires.

GACETILLA CINCAP



pollo
alimentación
nutrientes
carne de pollo
información proteínica
avicultura
nutrición
patata y más
ciencia



SAN Trabajo 0188

Consumo de carne de pollo: la mirada del consumidor argentino y su abordaje desde la industria



Fernández Pazos, M. Dolores¹; Campos Carles, Silvina¹; Sinesi, Carlos A.¹; Sebriano, Eduardo²

¹ Centro de Empresas Procesadoras Avícolas (CEPA)
² Sebriano, Marketing con Sentido



INTRODUCCION

El Centro de Empresas Procesadoras Avícolas realiza estudios cualitativos con el fin de identificar creencias y percepciones del consumidor sobre la carne de pollo y la industria avícola de carne. La visión y necesidades del consumidor son los ejes sobre los que esta industria trabaja día a día. Este trabajo resume los descubrimientos en 2024 del estudio cualitativo y su descripción cuantitativa.

OBJETIVOS

- Identificar frecuencia y hábitos de consumo de carne de pollo.
- Detectar percepciones y creencias sobre la carne de pollo, su proceso productivo y la industria avícola argentina.

METODOLOGIA

Estudio Cualitativo:

Segmento	NSE C2-C3	NSE D
Hombres y mujeres de 25 a 45 años, con hijos	1	1
Hombres y mujeres de 25 a 40 años que viven solos	1	1
Hombres y mujeres mayores a 60 años	1	1
Hombres y mujeres de 40 a 60 años	1	
Hombres y mujeres de 18 a 25 años	1	
Hombres y mujeres de diversas edades	NSE C1	1
Profesionales de la Salud (3 Nutricionistas, 1 Médico clínico, 2 pediatras y 1 cardiólogo)		1

Estudio Cuantitativo:

Encuestas estructuradas, diseñadas en Google Forms, con preguntas de opción múltiple y abiertas, autocompletadas. Distribuidas en el territorio argentino, a consumidores de pollo de entre 25 y 65 años, de distinto NSE, de acuerdo con nuestro nacional representativo.

El análisis se realizó con el software SnapSurveys.

RESULTADOS

2 DIMENSIONES

Económica

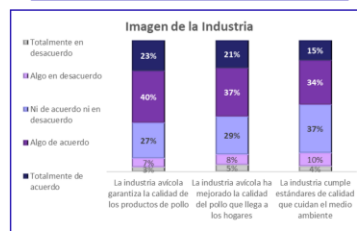
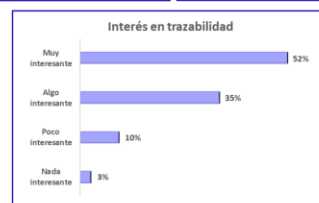
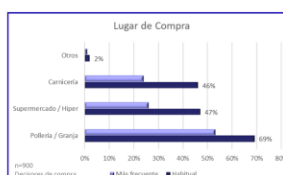
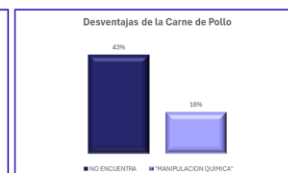
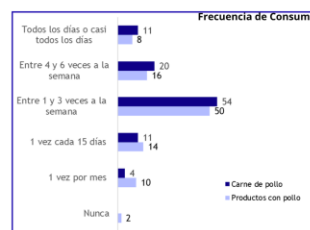
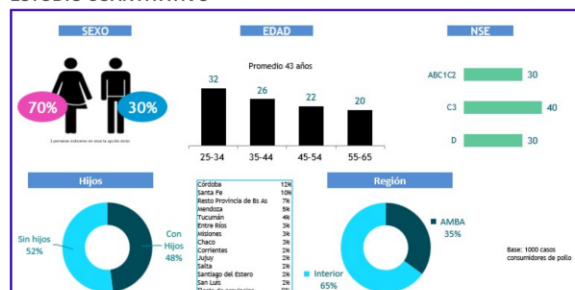
Cultural

ESTUDIO CUALITATIVO

Insights principales:

- Vuelta a la cocina.
- Distintos perfiles del consumidor.
- "Pollero" como garantía de calidad.
- Supermercado asociación con industrialización.
- Interés por conocer el proceso productivo/trazabilidad.

ESTUDIO CUANTITATIVO



CONCLUSIONES

La percepción del consumidor sobre la carne de pollo es positiva. Su consumo se adapta a las distintas realidades y está vinculado a cubrir necesidades reales y concretas. La cantidad y forma de consumo actual consolidan los esfuerzos de la industria tendientes a facilitar el acceso y lograr productos para todos los tipos de consumidores, con cada vez mayor calidad. Aún queda mucho por trabajar. Esta información permite a la industria unir estrategias para corregir acciones en los aspectos de mejora y mantener aquellos atributos que hacen a la elección cotidiana de la carne de pollo.