

Caracterización de la comercialización de hortalizas asiáticas

Sangiacomo, M. A.; Granda, E.¹; Garbi, M.

¹Pasantía Interna Rentada “Estudio del comportamiento y comercialización de hortalizas orientales”

Los mercados occidentales están evolucionando en lo que hace al consumo de hortalizas. Entre las características más importantes se observan la migración de grupos étnicos que preservan su cultura y hábitos dietarios, el aumento del consumo de productos vegetales, ya sea por cuestiones de salud o de dieta, y la creciente popularidad de platos de diversos orígenes. Estos cambios han generado la posibilidad de incorporar cultivos no tradicionales para la satisfacción de estas necesidades. Las hortalizas orientales aparecen como una alternativa interesante con amplias posibilidades de introducirlas en el mercado. El objetivo de este trabajo fue estudiar los mercados potenciales factibles, tanto internos como externos y las características de la oferta y la demanda. En esta primera etapa se analizaron tres hortalizas asiáticas, hakusai, daikon y pack choi. De este estudio surgen mercados potenciales externos muy importantes, especialmente Canadá, EEUU, Inglaterra, Francia y los países asiáticos. En el mercado interno se detectaron nichos con demanda insatisfecha. Dadas las características de los mercados, se plantea la necesidad de estudiar la elaboración de estos productos.

Presentado en: **JORNADAS DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA 2003**
Universidad Nacional de Luján