

Respuesta del consumidor tarijeño ante el aumento de precios de la carne de res

Tarija consumer response to increased beef prices

Reação dos consumidores em Tarija ao aumento dos preços da carne bovina

Isac Fernando Espinoza Montes
ifespinoza@uncp.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0001-5579-9452>
Universidad Nacional del Centro del Perú.
Huancayo, Perú

Martín Romeo Yurivilca Oscanoa
martinyo@uncp.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0002-0916-930X>
Universidad Nacional del Centro del Perú.
Huancayo, Perú

<http://doi.org/10.59659/impulso.v.5i12.214>

Artículo recibido 4 de agosto 2025 | Aceptado 24 de septiembre 2025 | Publicado 3 de octubre 2025

RESUMEN

Este estudio examina la respuesta de la población tarijeña ante el aumento sostenido en los precios de la carne de res durante 2024-2025. Con una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, se analizaron cambios en patrones de consumo y percepciones culturales a partir de 383 encuestas y 20 entrevistas en diversos sectores. Los resultados muestran una reducción significativa en el consumo de carne de res y un desplazamiento hacia carnes blancas como el pollo. Sin embargo, persiste la resistencia cultural a sustituirla por productos vegetales o innovadores, debido a su carga simbólica en tradiciones sociales y familiares. Aunque la crisis económica ha acelerado cambios parciales en los hábitos alimenticios, los comportamientos de adaptación son complejos y están influidos tanto por variables económicas como culturales. Estos hallazgos aportan una comprensión integral de las estrategias de respuesta en un contexto de crisis y cambio social en Tarija.

Palabras clave: Comportamiento del consumidor; Precios de la carne; Consumo; Crisis económica; Tarija

ABSTRACT

This study examines the response of the Tarijeña population to the sustained increase in beef prices during 2024-2025. Using a mixed methodology that combines quantitative and qualitative approaches, changes in consumption patterns and cultural perceptions were analyzed based on 383 surveys and 20 interviews across various sectors. The results show a significant reduction in beef consumption and a shift toward white meats such as chicken. However, cultural resistance to replacing beef with plant-based or innovative products persists due to its symbolic importance in social and family traditions. Although the economic crisis has accelerated partial changes in dietary habits, adaptation behaviors remain complex and influenced by both economic and cultural variables. These findings provide a comprehensive understanding of response strategies in a context of social change and crisis in Tarija.

Keywords: Consumer behavior; Beef Price; Consumption; Economic crisis; Tarija

RESUMO

Este estudo analisa a resposta da população tarijena ao aumento sustentado nos preços da carne de res durante 2024-2025. Com uma metodologia mista, que combina abordagens quantitativas e qualitativas, foram estudadas mudanças nos padrões de consumo e percepções culturais a partir de 383 questionários e 20 entrevistas em diversos setores. Os resultados indicam uma redução significativa no consumo de carne de res e uma mudança para carnes brancas, como o frango. No entanto, a resistência cultural à substituição por produtos vegetais ou inovadores ainda persiste, devido à sua carga simbólica nas tradições sociais e familiares. Apesar de a crise econômica ter acelerado mudanças parciais nos hábitos alimentares, os comportamentos de adaptação permanecem complexos e influenciados por variáveis econômicas e culturais. Esses achados oferecem uma compreensão integral das estratégias de resposta em um contexto de crise e mudança social em Tarija.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor; Preços da carne; Consumo; Crise econômica; Tarija

INTRODUCCIÓN

El contexto socioeconómico boliviano, durante el año 2024 y la primera mitad del 2025, ha estado marcado por un incremento significativo en los precios de la carne de res, impulsado por factores económicos tanto internacionales como locales. Datos de la Defensoría del Pueblo (2025) indican que, en Tarija, los precios aumentaron en un 53% respecto a niveles previos, mientras que en Santa Cruz, principal proveedor de carne para Tarija, el incremento alcanzó el 69% (SIIP, 2025). Estas cifras reflejan el impacto de una crisis económica global, caracterizada por la escalada en los costos de los productos básicos, inflación persistente, fluctuaciones en la oferta y demanda, y una recesión generalizada. En este escenario, la carne de res, componente fundamental en la dieta y las tradiciones tarijeñas, se ha vuelto cada vez más inaccesible para una parte importante de la población, motivando a los hogares a buscar alternativas económicas y a modificar sus hábitos alimenticios.

Comprender estos fenómenos es fundamental, ya que las decisiones alimentarias no dependen exclusivamente de los factores económicos, sino que están influenciadas también por dimensiones sociales, culturales y nutricionales que condicionan la aceptación, disponibilidad y consumo de productos sustitutos, y en escenarios de crisis, pueden potenciar o limitar cambios en los patrones de consumo (De La Cruz, 2020). En este contexto, es relevante considerar que la literatura internacional evidencia que aumentos en los precios de productos cárnicos inciden en una reducción del consumo y en una mayor sustitución por opciones más asequibles (Moreira et al., 2022; Huerta et al., 2018).

En Tarija, las particularidades culturales, como la tradición de las parrilladas y el carácter social y simbólico de la carne de res, generan respuestas diferentes y mantienen cierta resistencia al cambio, lo que requiere un análisis profundo y multivariado, que considere no solo los patrones económicos, sino también las variables culturales y sociales que condicionan las decisiones de consumo.

El objetivo principal de este estudio es analizar el comportamiento del consumidor tarijeño frente a la subida en los precios de la carne de res, identificando las variables clave que explican los cambios en los

patrones de consumo y aportando insumos para el diseño de políticas públicas y estrategias de mercado sostenibles y respetuosas de la cultura local. Además, se busca contribuir a comprender fenómenos de vulnerabilidad económica y social, donde los factores culturales y las tradiciones arraigadas influyen en las decisiones alimentarias.

Cabe señalar que este estudio se realizó con la participación de estudiantes de la materia "Comportamiento del Consumidor" de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Tarija, durante el semestre 1-2025. La colaboración en la recolección de datos como parte de un proyecto de investigación formativa permitió obtener una visión más integral y contextualizada del fenómeno analizado.

METODOLOGÍA

El presente estudio fue llevado a cabo entre mayo y junio de 2025 en la ciudad de Tarija, Bolivia, para el cual se implementó un diseño metodológico mixto, combinando estrategias cuantitativas y cualitativas en una investigación transversal para entender en profundidad el comportamiento del consumidor ante el aumento de precios de la carne de res. La integración de estos enfoques permitió cuantificar las modificaciones en los patrones de consumo y explorar en mayor detalle las percepciones, actitudes y resistencias culturales que los condicionan.

La población de estudio estuvo conformada por personas mayores a 18 años residentes en Tarija que reportasen consumo habitual de carne de res en el hogar o restaurantes. La muestra total fue de 403 participantes, seleccionados con muestreo probabilístico estratificado en función de variables demográficas y socioeconómicas. Se aplicó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La distribución geográfica se realizó en distintos barrios y centros de venta del municipio, distribuyendo proporcionalmente la muestra en zonas urbanas y suburbanas.

Adicionalmente, se seleccionaron 20 participantes mediante muestreo no probabilístico por juicio para profundizar en motivaciones, percepciones y resistencias culturales, a través de entrevistas semiestructuradas. Este abordaje permitió explorar aspectos cualitativos puntuales que complementaron los datos cuantitativos, enriqueciendo la interpretación de los resultados y proporcionando una visión más holística del fenómeno estudiado.

Para la recopilación de datos cuantitativos, se diseñó y validó una encuesta estructurada que abordaba variables como frecuencia y cantidad de consumo semanal, percepción de precios, preferencias de tipos de carne y actitudes frente a productos sustitutos. La encuesta fue administrada en puntos de venta, mercados, espacios públicos y plataformas en línea, garantizando así la inclusión de diversos perfiles socioeconómicos y culturales. La fiabilidad del instrumento fue corroborada mediante una prueba piloto realizada con un

grupo de 30 encuestados, lo que permitió ajustar el instrumento y garantizar la calidad de la información recolectada.

Para la dimensión cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los 20 participantes seleccionados, focalizadas en percepciones culturales, hábitos tradicionales, resistencia a cambios en la dieta y experiencias personales respecto al incremento de precios de la carne. Estas entrevistas fueron grabadas y transcritas, posteriormente se analizaron mediante análisis temático para identificar patrones y categorías recurrentes, lo cual permitió una comprensión profunda de las dimensiones subjetivas y simbólicas del consumo de carne.

En relación al análisis de datos cuantitativos fueron gestionados con el software SPSS versión 26, para realizar análisis descriptivos, pruebas de asociación y comparación de medias para identificar relaciones significativas entre variables, evaluar diferencias en los patrones de consumo antes y después del incremento de precios, y determinar los principales predictores del comportamiento de compra.

Asimismo, los datos cualitativos fueron analizados mediante análisis temático para identificar patrones recurrentes, categorías y temas relacionados con percepciones culturales, hábitos y resistencias frente a los cambios en el consumo de carne...

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis combinado de los datos estadísticos y cualitativos revela que el aumento en los precios de la carne de res en Tarija durante 2024-2025 ha provocado transformaciones sustanciales en los patrones de consumo, los cuales no son solo respuestas económicas, sino que están profundamente influenciados por factores culturales y sociales.

Se organizan los resultados en tres categorías principales:

Impacto del aumento de precios en los patrones de consumo de carne de res

El incremento en los precios ha tenido un efecto directo en la demanda. Antes del aumento, la mayoría de los encuestados consumía carne de res de forma regular, principalmente en reuniones familiares y eventos sociales, como se ilustra en la Tabla 1.

Tabla 1. Perfil del consumidor tarijeño de carne de res

Cita	Género	Edad	Ocupación
“Compro 1 kilo tres veces por semana”	M	38	Comerciante
“Generalmente planifico las compras de carne para el fin de semana, sobre todo si vamos a hacer una parrillada con la familia o amigos”	M	47	Comerciante
“En mi casa siempre se cocinó carne los fines de	F	46	Ama de casa

semana, es como una costumbre familiar”

“En mi familia siempre se ha comprado en el mercado central, yo sigo esa tradición” F 61 Jubilada, antes maestra

Nota. Citas que ilustran los hábitos y costumbres de los consumidores de carne de res en Tarija antes de considerar el impacto del aumento de precios, según datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Tras el incremento de precios, se observa una caída significativa en la frecuencia y cantidad de consumo. La proporción de quienes consumían carne en restaurantes cayó del 55% al 18%, como se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2. Cambios en el consumo en restaurantes, cantidad semanal e frecuencia

Variable	Antes (%)	Durante (%)	Diferencia (%)	p-valor
Consumo en restaurantes	55	18	-37	< 0,001
Cantidad semanal promedio (Kg.)	2,5	0,9	-1,6	< 0,001
Frecuencia ≥ 3 veces por semana	55	18	-37	< 0,001

Nota. El análisis inferencial mediante t de Student confirma que la reducción en la cantidad de carne consumida semanalmente es estadísticamente significativa ($t(382)=23.75$; $p<0.001$), con una disminución media de 1.6 Kg.

La carne de res como tradición cultural en tarija

El análisis de distribución por edad (Figura 1) muestra que los grupos etarios jóvenes y adultos de mediana edad (25-54 años) son los principales consumidores, reflejando la importancia de la carne en la identidad cultural local.

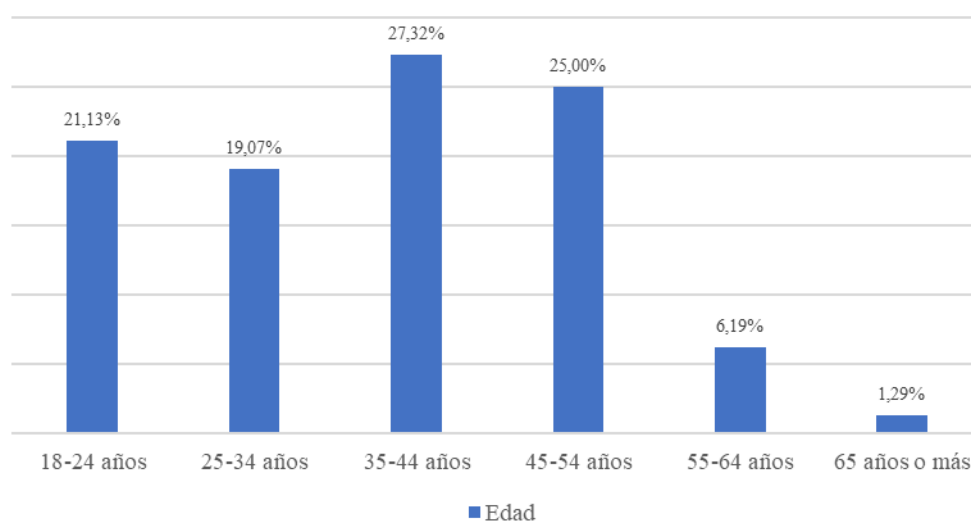


Figura 1. Distribución por edad de la población encuestada

Nota. Datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Las citas en las entrevistas, como las de la Tabla 3, destacan que la carne de res está profundamente ligada a tradiciones, festividades y reuniones sociales, lo que genera resistencia a sustituirla por productos no tradicionales.

Tabla 3. *Percepción de la población tarijeña respecto a la carne de res*

Cita	Género	Edad	Ocupación
“Es una costumbre familiar comer carne los fines de semana”	F	22	Estudiante
“Si cuento con dinero compro carne, sino pollo o huevo”	M	21	Estudiante
“Es una pena que por el precio de la carne ahora deba ser solo para festejos o momentos especiales”	M	47	Comerciante
"En Tarija, las parrilladas son parte de nuestra cultura, y mi familia espera que preparemos asado los fines de semana o en reuniones."	M	67	Empresario
“Me gusta la carne de res, pero por la crisis creo que ya es momento de explorar nuevas opciones como la soya”	F	30	Ingeniera Comercial
“Comer parrillada en domingo es parte de nuestra cultura chapaca”	F	45	Médico Veterinario
“Puedo animarme a probar otras cosas que no sean carne, siempre y cuando estén bien preparadas”	F	23	Administradora
“Siento que un almuerzo sin carne está incompleto”	M	28	Ingeniero Civil

Nota. Citas que reflejan las razones y motivaciones detrás de las decisiones de compra de carne, incluyendo la influencia de la familia, la tradición y otros factores personales, según datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Estas citas evidencian que la carga simbólica y social de la carne de res en festividades, reuniones familiares y tradiciones limita la adopción total de sustitutos vegetales, que aún no muestran igual aceptación en sabor, textura o valor cultural.

Opciones adoptadas como sustitutos de la carne de res

Ante el aumento de precios y la necesidad de mantener una alimentación asequible, los consumidores tarijeños adoptaron diversas estrategias para sustituir la carne de res por otras opciones, priorizaron la reducción de cantidad (73.7%), el cambio hacia carnes más económicas (como el pollo 45.6%) y la preferencia por restaurantes con precios más bajos (40.5%), según se muestra en la Figura 2.

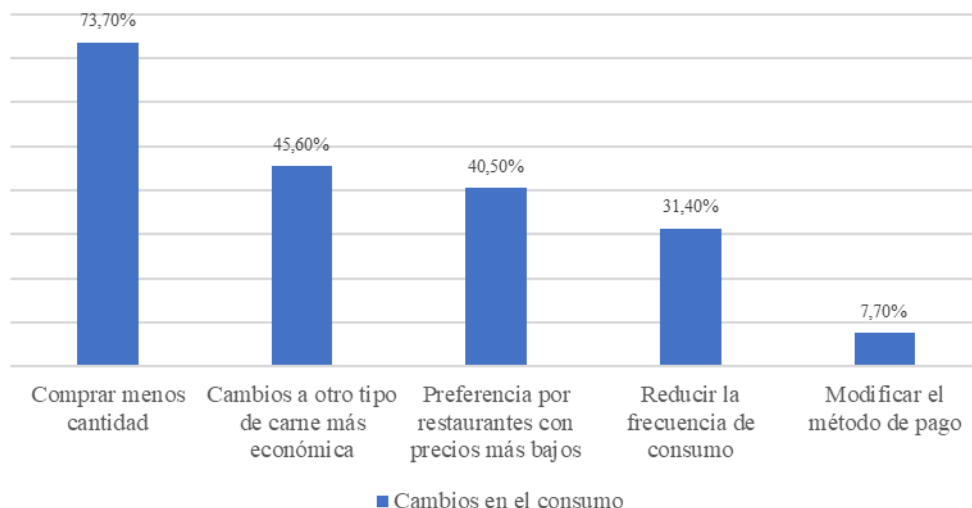


Figura 2. Cambios en el consumo de carne ante el aumento de precios

Nota. Según datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Además, la sensibilidad al precio, especialmente en el grupo de jóvenes (18 a 34 años), es significativa.

La Figura 3 ilustra cómo este segmento es el más propenso a escoger restaurantes económicos y a modificar su consumo, indicando una mayor elasticidad de la demanda en este grupo.

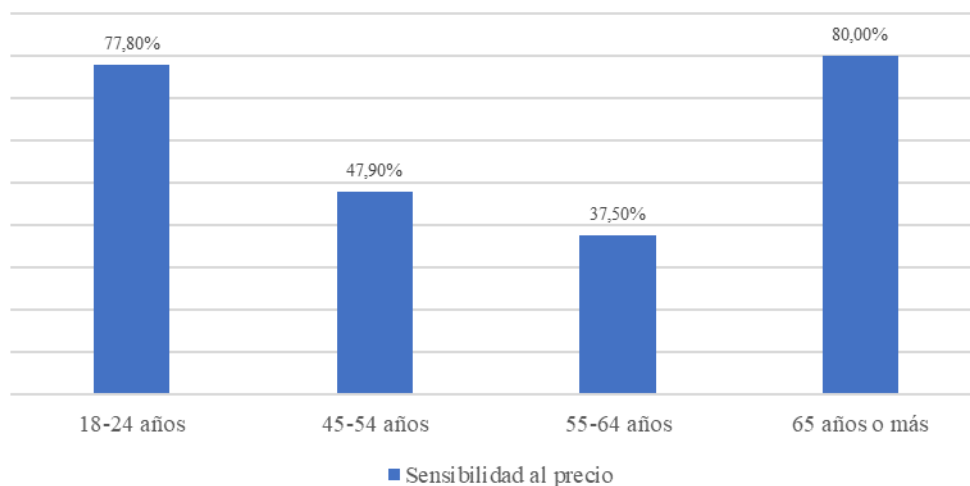


Figura 3. Sensibilidad al precio como factor influyente en la elección de restaurantes por grupo de edad en Tarija

Nota. Datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Los análisis estadísticos, como la ANOVA, muestran que los cambios en consumo varían significativamente entre grupos socioeconómicos ($F(2, 379)=7.42, p<0.01$). Los hogares de bajos ingresos son los más afectados, reduciendo notablemente su consumo, en comparación con los de ingresos medios y

altos, que mantienen un consumo más estable, principalmente por las tradiciones y valores culturales asociados a la carne de res.

Percepción y aceptación de alternativas de la carne

El análisis de percepción indica que el pollo sigue siendo considerado la opción más accesible (87%), mientras que solo el 23% percibe los productos vegetales como aceptables en su dieta, como se evidencia en la Figura 4.

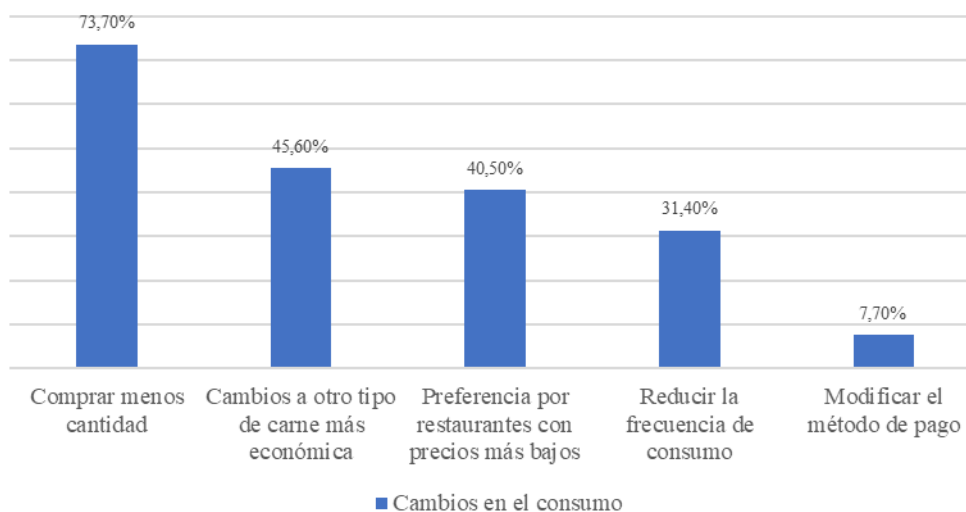


Figura 4. Cambios en el consumo de carne ante el aumento de precios

Nota. Según datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

El análisis de Chi-cuadrado confirma que existe una relación significativa entre nivel socioeconómico y aceptación de productos vegetales ($\chi^2(1, N=383)=21.87, p<0.05$). Los consumidores de mayores ingresos tienen mayor disposición a aceptar estos productos, posiblemente porque disponen de mayores recursos y mayor conocimiento sobre sus beneficios.

Las citas de las entrevistas, en la Tabla 4, reflejan que los factores culturales y la percepción de menor valor nutricional limitan la aceptación de estos productos, lo que resalta la necesidad de campañas educativas para promover su incorporación en la dieta.

Tabla 4. Percepción de la población tarijeña respecto a la carne de res

Cita	Género	Edad	Ocupación
“Es una costumbre familiar comer carne los fines de semana”	F	22	Estudiante
“Si cuento con dinero compro carne, sino pollo o huevo”	M	21	Estudiante
“Es una pena que por el precio de la carne ahora deba ser	M	47	Comerciante

solo para festejos o momentos especiales”			
“En Tarija, las parrilladas son parte de nuestra cultura, y mi familia espera que preparemos asado los fines de semana o en reuniones.”	M	67	Empresario
“Me gusta la carne de res, pero que por la crisis creo que ya es es momento de explorar nuevas opciones como la soya”	F	30	Ingeniera Comercial
“Comer parrillada en domingo es parte de nuestra cultura chapaca”	F	45	Médico Veterinario
“Puedo animarme a probar otras cosas que no sean carne siempre y cuando estén bien preparadas”	F	23	Administradora
“Siento que un almuerzo sin carne está incompleto”	M	28	Ingeniero Civil

Nota. Citas que reflejan las razones y motivaciones detrás de las decisiones de compra de carne, incluyendo la influencia de la familia, la tradición y otros factores personales, según datos recolectados entre mayo y junio de 2025.

Es importante destacar que, a pesar de la alta percepción de disponibilidad y asequibilidad del pollo (87%), la aceptación de productos vegetales permanece baja. Esto sugiere obstáculos relacionados con el conocimiento, la cultura y la percepción nutricional, que deben abordarse mediante intervenciones educativas y estrategias de mercado.

Discusión

Los hallazgos del estudio evidencian que el incremento en el precio de la carne de res en Tarija genera respuestas adaptativas en los consumidores, en concordancia con los planteamientos teóricos sobre comportamiento del consumidor y elasticidad de la demanda expuestos por Vaquerano (2024). La variación en el consumo no se distribuye de manera homogénea, sino que se expresa con mayor intensidad en segmentos socioeconómicos vulnerables y en los extremos etarios, lo cual coincide con lo planteado por Huerta et al. (2018) respecto a la mayor sensibilidad al precio en grupos con menor capacidad adquisitiva. En estos casos, los consumidores ajustan la cantidad y frecuencia de compra, reducen porciones y recurren a sustitutos más económicos, tal como lo predice la hipótesis de elasticidad-precio desarrollada por Madrigal et al. (2024).

Asimismo, los resultados muestran que las decisiones alimentarias están fuertemente condicionadas por factores culturales. En Tarija, la carne de res posee un significado simbólico asociado a la identidad local y a prácticas culinarias tradicionales, lo cual coincide con las conclusiones de González (2021), quien destaca la relevancia de los elementos culturales en la formación de hábitos alimentarios. La resistencia a

aceptar alternativas vegetales también se ajusta a lo observado por Meiller (2019), que explica que la sustitución alimentaria se ve limitada cuando los productos alternativos no logran igualar el valor simbólico y sensorial de los alimentos tradicionales.

La baja aceptación de proteínas vegetales —con apenas un 23% de disposición a incorporarlas en la dieta— se encuentra alineada con lo señalado por AL-Ghaswyneh (2019), quien atribuye esta resistencia a la escasa familiaridad y a la percepción limitada de su valor nutricional. Esta brecha entre disponibilidad y aceptación pone en evidencia la necesidad de políticas públicas orientadas a la educación alimentaria y a la promoción gradual de alternativas saludables. En esta línea, Forte (2019) sostiene que la introducción de productos innovadores debe respetar las prácticas culturales para lograr una adopción sostenible, afirmación que se ve reflejada en el comportamiento observado en la población tarijeña.

En un plano más amplio, los resultados también coinciden con la evidencia presentada por Maceira et al. (2023), quienes señalan que en contextos de crisis económica los consumidores reducen el consumo de productos tradicionales, pero la sustitución es parcial y altamente contextualizada. Asimismo, desde la perspectiva ambiental, la tendencia a incrementar el consumo de carnes blancas se relaciona con lo expuesto por Graciela y Bertoni (2021), quienes demostraron que la producción de pollo y cerdo genera una menor huella ecológica, lo que convierte esta transición en un potencial beneficio ambiental adicional.

Finalmente, los resultados refuerzan la necesidad de fortalecer estrategias de política pública que promuevan alternativas accesibles, culturalmente aceptables y nutricionalmente adecuadas, tal como sugiere Forte (2019). Sin embargo, es importante reconocer las limitaciones metodológicas del estudio, particularmente su diseño transversal y la naturaleza no probabilística del muestreo cualitativo, lo cual exige estudios longitudinales que permitan evaluar la sostenibilidad de los cambios observados, una recomendación alineada con los planteamientos de Iniesta et al. (2020) sobre la evolución de los patrones alimentarios en contextos de crisis.

CONCLUSIONES

Este estudio demuestra que el incremento en el precio de la carne de res en Tarija ha generado diversas respuestas adaptativas por parte de los consumidores, entre ellas la reducción del consumo, la sustitución por carnes más económicas —como el pollo— y la modificación de prácticas de compra y preparación. Asimismo, los resultados confirman que la cultura y las tradiciones culinarias continúan ejerciendo una influencia determinante en las decisiones alimentarias, lo que limita la adopción plena de alternativas vegetales o de prácticas alimentarias innovadoras.

Si bien existe una alta percepción de disponibilidad y accesibilidad de productos sustitutos como el pollo y el huevo, la aceptación de alternativas vegetales sigue siendo reducida. No obstante, la evidencia sugiere que su integración podría incrementarse si se promueven políticas alimentarias culturalmente

sensibles y alineadas con las particularidades tarijeñas. En este sentido, ampliar la oferta de productos vegetales y fortalecer la educación nutricional resulta fundamental para impulsar una transición alimentaria sostenible, capaz de evolucionar de cambios parciales hacia modificaciones más profundas en los patrones de consumo.

En síntesis, las estrategias de adaptación observadas en Tarija ante el aumento de precios son complejas y están guiadas tanto por factores económicos como por arraigos culturales. Aunque la carne de res mantiene un valor simbólico asociado a identidad y estatus, las presiones económicas actuales favorecen la adopción gradual de alternativas, evidenciando una flexibilidad creciente en el comportamiento del consumidor sin que ello implique una ruptura total con las tradiciones locales. Las limitaciones del presente estudio, en particular su carácter transversal y el alcance no probabilístico del componente cualitativo, sugieren que futuras investigaciones deben adoptar enfoques longitudinales y ampliar la cobertura geográfica para comprender los cambios en el comportamiento alimentario y su sostenibilidad a largo plazo.

REFERENCIAS

- AL-Ghaswyneh, O. F. M. (2019). Factors Affecting the Consumers Decision Behavior of Buying Green Products. *ESIC MARKET Economic and Business Journal*, Volume 50, Issue 2, 389–418. <https://doi.org/10.7200/esicm.163.0502.4>
- De La Cruz, E. E. (2020). Referentes conceptuales para el abordaje de la salud y la educación alimentaria y nutricional en la escuela. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(1), 1–17. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(1\).1-17](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).1-17)
- Defensoría del Pueblo. (2025, April 2). Defensoría del Pueblo: Estado Plurinacional de Bolivia. Entre agosto de 2024 y marzo de 2025 el precio de la carne de res incrementó en más del 50% en siete departamentos. <https://n9.cl/n890v>
- Forte, D. L. (2019). La construcción de discurso identitario nacional argentino: la historia de la carne. *Question*, 1(64). <https://doi.org/10.24215/16696581e233>
- González, M. (2021). “La vida es un combate interminable”. Nuevas configuraciones de lo nacional en la narrativa boliviana contemporánea. *Diálogos*, 25(1), 100–121. <https://doi.org/10.4025/dialogos.v25i1.58164>
- Graciela, y Bertoni, M (2021). *PENSAR LAS PRÁCTICAS Entre la investigación y la extensión universitaria* (Editorial de la Universidad Nacional del Sur, Ed.). Ediuns. www.ediuns.com.ar
- Huerta-Sanabria, S., Arana-Coronado, Ó. A., Sagarnaga, L. M., Matus-Gardea, J. A., y Brambila, J. de J. (2018a). Impacto del ingreso y carencias sociales sobre el consumo de carne en México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9(6), 1245–1259. <https://doi.org/10.29312/remexca.v9i6.654>
- Huerta-Sanabria, S., Arana-Coronado, Ó. A., Sagarnaga, L. M., Matus-Gardea, J. A., y Brambila, J. de J. (2018b). Impacto del ingreso y carencias sociales sobre el consumo de carne en México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9(6), 1245–1259. <https://doi.org/10.29312/remexca.v9i6.654>
- Iniesta, M., Ots, M., y Machado, M. (2020). Prácticas y tradiciones alimenticias prehispánicas y de la colonia temprana en Mendoza (centro oeste de Argentina). Un aporte desde la arqueología y la etnohistoria. *Revista RIVAR*, 7(20), 46–66. <https://doi.org/10.35588/rivar.v7i20.4475>

- Maceira, D., Ryan, D., Gutman, V., y Fuster, V. (2023). Transición hacia un sistema alimentario más saludable y sostenible en la Argentina: Análisis de actores. *Ecología Austral*, 33(3), 730–742. <https://doi.org/10.25260/EA.23.33.3.0.2232>
- Madrigal-Moreno, F., Madrigal-Moreno, S., y Martínez-Villa, M.-C. (2024). Comportamiento del consumidor: cambios y tendencias en la sociedad contemporánea. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(106), 643–658. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.106.12>
- Meiller, V. (2019). Una nación en carne viva: representaciones del ganado y de la carne argentinas post 2001. *Tabula Rasa*, 31. <https://doi.org/10.25058/20112742.n31.08>
- Moreira, M., da Veiga, C. P., da Veiga, C., Reis, G. G., y Pascuci, L. M. (2022). Reducing meat consumption: Insights from a bibliometric analysis and future scopes. *Future Foods*, 5, 100120. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2022.100120>
- SIIP (2025). Comportamiento del Sector bovino Gestión 2025. <https://n9.cl/irsik>
- Vaquerano, J. R. (2024). Efectos de la inflación económica sobre el poder adquisitivo de productos y servicios prioritarios en hogares de la zona oriental. *Revista de Investigación*, 1(15), 12–22. <https://doi.org/10.5377/revunivo.v1i15.18856>