

## Percepción de la calidad de la carne por los consumidores

JULIÁN BRIZ. MARIO MAHLAU. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID.

El artículo se refiere al estudio realizado en el marco de un proyecto intereuropeo (llevado a cabo con la ayuda financiera de la Comisión de la Unión Europea, Agricultura y Pesca en el marco del proyecto europeo EU FAIR CT95-0046. No debe interpretarse como premisa de la futura política comunitaria en esta materia) que analizó la actitud del consumidor en relación con la carne y las políticas de calidad en el mismo. Según diferentes enfoques teóricos, en los países desarrollados los consumidores se han llegado a convertir en el principal elemento dinamizador de la cadena alimentaria. Por lo tanto, el comportamiento y las actitudes de los consumidores tienen una influencia directa sobre los alimentos consumidos y sobre la rentabilidad de diferentes sistemas de producción y comercialización.

Dicho proyecto se realizó de forma coordinada en seis países de la Unión Europea: Alemania, España, Irlanda, Italia, Reino Unido y Suecia. En nuestro caso nos centraremos en los resultados de análisis realizado a consumidores sobre sus actitudes y hábitos de consumo en España con relación a las carnes de vacuno, porcino y pollo.

### Metodología

La encuesta fue realizada por teléfono de modo aleatorio en toda España en primavera de 1997, y analizó los siguientes aspectos:

- Consumo de carne.
- Percepción de la calidad.
- Reacciones del consumidor.
- Etiquetas y marcas.
- Confianza.

Se realizaron en total 500 encuestas, con un cierto predominio de amas de casa de edad media (de 30 a 50 años) e ingresos medios.

### Consumo de carne

Los encuestados consumen con mayor frecuencia carne de pollo: las dos terceras partes de los mismos consumen dicho

tipo de carne al menos dos veces por semana, y solo un 3% no la consumen nunca. La carne de cerdo es la que se consume con menor frecuencia: sólo un tercio de los encuestados la consume dos o más veces por semana mientras que un 24% no la consume nunca.

Entre los diferentes tipos de carne, la carne de pollo presenta el consumo más estable. Predominan los consumidores que han aumentado el consumo de dicha carne sobre los que lo han disminuido. Por el contrario, en el caso de la carne de vacuno, y, más aun, en el caso de la carne de porcino, predo-

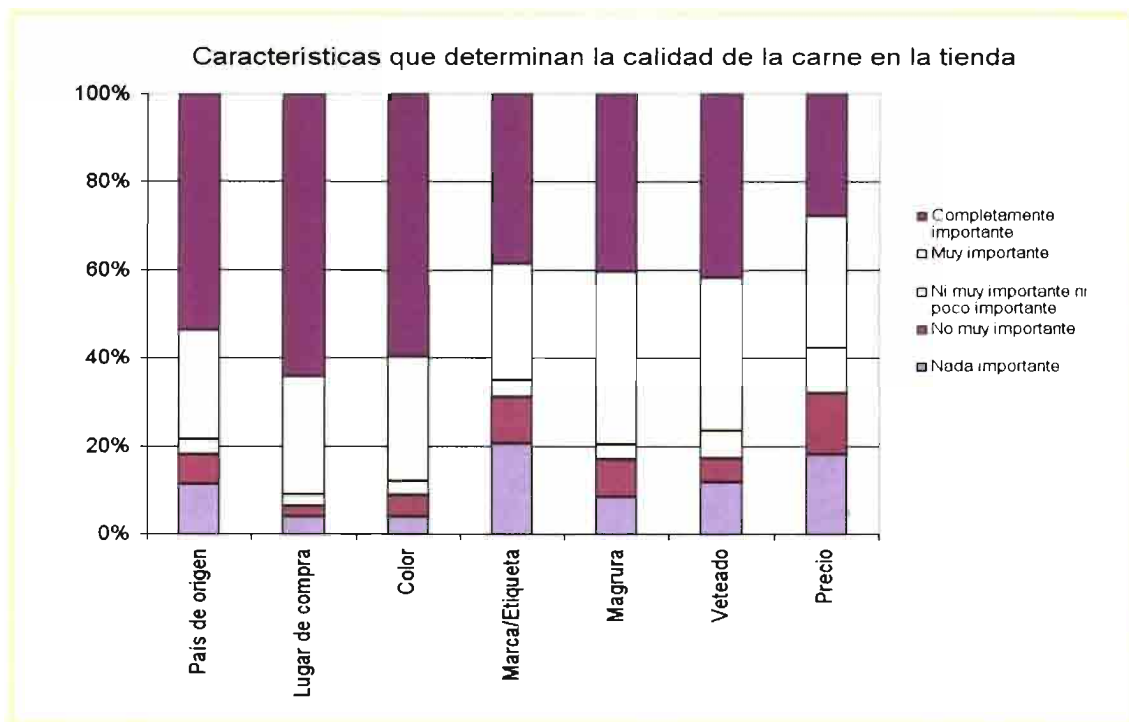


Fig 1. Características que determinan la calidad de la carne en la tienda.

minan los consumidores que han disminuido el consumo sobre los que lo han aumentado.

El principal lugar de compra de los tres tipos de carne en cuestión son las carnicerías, cuya cuota de mercado es especialmente elevada (52%) en la compra de carne de vacuno. Le siguen en importancia los supermercados, especialmente en las compras de pollo (24%).

### Percepción de la calidad y la seguridad

Según nuestra encuesta, la mayoría de los consumidores considera que es capaz de determinar la calidad de la carne sólo con verla.

Dentro de cada tipo de carne, el consumidor distingue una

serie de características que pueden ser distintas según sea en el momento de la compra o a la hora de consumir.

### Vacuno

Al hacer las compras, el consumidor valora más el color y el lugar de compra. Según unas pruebas estadísticas realizadas (Wilconox), las características con importancia relativa similar se pueden agrupar de la siguiente manera:

Color y lugar de compra > lugar de origen, magrura, vetado y marca/etiqueta > precio.

La **figura 1** muestra más detalles al respecto.

En el momento de consumo, las características percibidas por el consumidor varían sensiblemente respecto al momento de la compra. Las características más valoradas son el sabor, la ternura y la jugosidad, según se observa en la siguiente valoración:

Sabor, ternura y jugosidad > color y olor > textura > magrura > libre de cartilago.

Esto se aprecia con más detalle en la **figura 2**.

Con relación a la sanidad de la carne y a la seguridad de su consumo, el consumidor considera más importantes una serie de parámetros según se aprecia a continuación:

Hormonas (anabolizantes) > antibióticos y salmonellas > vacas locas (BSE) > grasa y colesterol.

A pesar de la prohibición, el uso de anabolizantes está bastante extendido. Este factor está considerado muy importante ya que el consumidor lo detecta cuando la carne suelta agua al cocinar y debido a la continua publicación de noticias al respecto en la prensa.

### Porcino

La valoración de las características de la carne de cerdo en el lugar de la compra es muy similar a la de vacuno como muestra la siguiente escala:

Lugar de compra y color > magrura, marca/etiqueta, vetado y lugar de origen > precio.

A la hora de consumir esta carne, las principales características sí varían respecto a las de carne de vacuno, como se observa a continuación:

Olor, sabor, ternura, jugosidad, color y textura > magrura > libre de cartilago.

Con relación a la seguridad percibida en el consumo de



El consumidor valora más el color y el lugar de la compra.

carne, los principales factores que inquietan al consumidor son los siguientes:

Salmonella, hormonas y antibióticos > grasa/colesterol.

### Aviar

La carne de aviar, y en especial el pollo, es considerada como un producto claramente diferente a la carne de vacuno y cerdo. Incluso los puntos de venta son distintos, por esto la percepción de algunas características de la carne varían bastante respecto a las otras dos, sobre todo en el consumo y en la seguridad.

La escala de valoración de las características a la hora de comprar es la siguiente:

Color y lugar de compra > magrura > lugar de origen y marca/etiqueta > precio.

Destaca la escasa importancia del lugar de origen y la marca en la compra de carne de ave. Al igual que en los demás tipos de carne, muchos consumidores manifiestan

poco interés en el precio, en parte debido a la mala impresión que supone admitir un gran interés en este factor. Al igual que en otros países, existen en muchos casos actitudes contradictorias del consumidor frente a la calidad y la evolución efectiva del consumo.

La importancia relativa de las características a la hora de consumir fue valorada de la siguiente manera:

Olor, sabor, color, jugosidad y ternura > magrura > libre de cartilago.

En el caso de la seguridad, los consumidores están principalmente preocupados por la salmonella, debido a los problemas que se han difundido en los medios de comunicación en los últimos años. La importancia relativa de estos factores es la siguiente:

Salmonella y hormonas > antibióticos > grasa/colesterol.

### Reacciones del consumidor

Como es conocido, el consumo de carne y elaborados cárnicos se ha estabilizado en los últimos años después de un crecimiento prolongado en las décadas anteriores. Esto se puede explicar en parte por haber alcanzado un nivel relativamente alto de consumo debido al crecimiento del nivel de la renta.

Actualmente, la actitud del consumidor frente a la carne es ambigua. Por un lado, la mayoría de los consumidores considera que la carne es difícilmente sustituible, siendo una parte esencial de una buena nutrición. Por otro lado, muchos consumidores consideran que el consumo excesivo de carne o productos cárnicos puede ser perjudicial para la salud por problemas de residuos y los últimos escándalos de las vacas locas y el uso de hormonas. Publicaciones al respecto causan un descenso inmediato del consumo.

Se puede observar una segmentación del mercado de la carne dado que muchos consumidores exigen ciertas garantías de

CUADRO 1. Información deseada en las etiquetas.

	Carne de vacuno	Carne de cerdo	Carne de pollo
Origen	24%	26,6%	24,2%
Etiqueta de sanidad	18%	20,4%	8,6%
Fecha de caducidad	16%	12,2%	8,6%
Ganadería ecológica	-	18,4%	17,2%
Símbolo de calidad	24%	12,2%	-
Sello de matadero	-	-	30,2%
Etiqueta de calidad de la UE	-	10,2%	11,2%
Marca registrada	18%	-	-

# Dossier *comercialización de carne*

calidad y sanidad, estando dispuestos a pagar un sobrepeso por esta certificación, al tiempo que está disminuyendo la venta de carne a granel.

Según los resultados de una encuesta realizada en el año 1990, los consumidores españoles consideran a la carne como un alimento no sustituible y base de una buena nutrición. En general hay más respuestas positivas que negativas.

Según nuestro estudio, más de la mitad de los encuestados disfrutaban probando nuevas recetas, lo cual puede ser interesante para conocer los hábitos de consumo. También se aprecia que más del 75% de los encuestados valoran positivamente el conocimiento de un trato humanitario hacia el ganado, aunque realmente no se tienen buenos conocimientos sobre dicho tema.

La mayoría de los consumidores considera que la carne que compran es segura. Más del 75% de los encuestados prefieren carne procedente de granjas cercanas, aunque frecuentemente no es posible conocer el origen. También es bastante bien considerado conocer el país de procedencia de la carne, así como la región de origen.

## Etiquetas y marcas

Más de la mitad de los encuestados afirman que se fijan en las etiquetas nutritivas de los alimentos antes de comprarlos, aunque también un 25% de los mismos no lo hacen.

Los consumidores consideran que la información que debe aparecer en las etiquetas es la reflejada en el **cuadro I**.

Tradicionalmente la carne se ha vendido sin etiquetas, aunque actualmente la tendencia es a dar una mayor información al consumidor sobre lo que compra. Por otro lado, el exceso de información puede llevar a confusión.

Las etiquetas de origen y los símbolos de calidad son los más apreciados a la hora de valorar la seguridad en la carne de

vacuno, mientras que en el caso de la carne de cerdo se valora también la información referida a sanidad.

## Confianza

La confianza de los consumidores respecto a diferentes fuentes de información sobre la seguridad de la carne es muy variada, como se observa en el **cuadro II**.

Para muchos consumidores, la fuente más fiable respecto a la

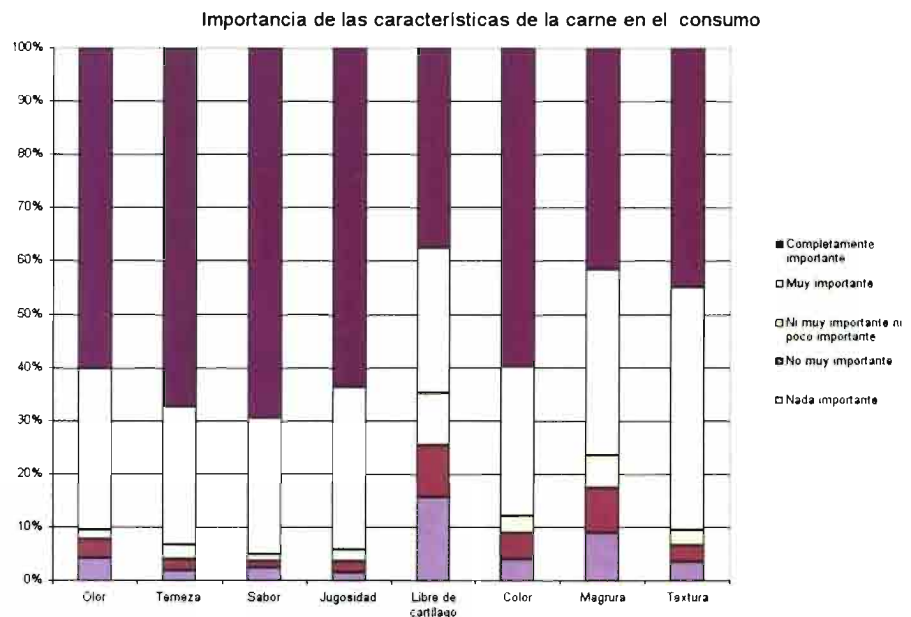


Fig 2. Importancia de las características de la carne en el momento de consumo.

seguridad son los carniceros. Entre las instituciones públicas, el Ministerio de Sanidad y Consumo es el que goza de la mayor confianza por parte de los consumidores en este tema.

## Conclusiones

El consumo total de carne y productos cárnicos ha descendido ligeramente desde 1990, alcanzando un valor de alrededor de 65 kg per cápita en 1998, según el panel de consumo del MAPA. Dicho descenso se produjo a pesar del considerable incremento del aumento del poder adquisitivo de la población española en dicho periodo. Un gran número de respuestas muestran que la carne es una parte esencial de la comida, con un consumo que en la mayoría de los hogares oscila entre dos o más veces por semana.

Los consumidores están exigiendo cada vez más calidad y protección. De ahí que estén proliferando las etiquetas y marcas de calidad, básicamente en la carne de vacuno. A pesar de las noticias difundidas, la mayoría de los consumidores consideran que la carne que compran es segura.

Los resultados de la encuesta indican que la confianza de muchos consumidores hacia los carniceros, diversas instituciones públicas y asociaciones de consumidores puede ser útil para diseñar eficazmente las políticas de calidad en el sector cárnico.

**CUADRO II. Confianza en las fuentes de información (frecuencia absoluta para un mínimo de 5 menciones).**

	Carne de vacuno	Carne de porcino	Carne de pollo
Gobierno	10	16	8
Ministerio de Agricultura	8	7	5
Ministerio Sanidad y Consumo	35	18	14
Asociaciones de consumidores	26	18	12
Carniceros independientes	183	71	52
Carniceros en supermercados	85	51	45
Amigos	9	8	-
Revistas	9	5	-
Reportajes	6	13	-
Radio	-	6	-
Consejería de Salud	6	7	-
Familiares	14	7	-
En sí mismo	35	12	-
NS/NC	54	197	90