

HABITOS ALIMENTICIOS Y DEMANDA DE CARNE Y PRODUCTOS CARNICOS EN ESPAÑA: APROXIMACION POR UN METODO CUALITATIVO (*)

Por
HEINRICH P. FURITSCH (**)

I. INTRODUCCION

La teoría neoclásica de demanda parte de la hipótesis de que el consumo de los individuos depende del orden de sus preferencias, las rentas de que disponen y los precios. Los consumidores, de forma totalmente racional tratan de encontrar la combinación de bienes y cantidades que maximice la utilidad de la misma, de acuerdo con su orden de preferencias.

La investigación de la demanda de productos agrarios y los métodos de análisis econométricos que normalmente aplica, se basan en este modelo. Los factores explicativos utilizados son la renta disponible y el precio y en su caso el precio cruzado del bien en cuestión. Los demás factores son reflejados en las variaciones residuales no explicadas.

(*) Esta publicación es parte de un proyecto de investigación más amplio, financiado por la Fundación Volkswagen (Hannover, Alemania) y realizado en colaboración con la Universidad Politécnica de Munich, Cátedra de Comercialización Agraria y Agroalimentaria.

(**) Ingeniero Agrónomo, Unidad Docente y de Investigación de Comercialización y Divulgación Agrarias de la E.T.S. de Ingenieros Agrónomos, Madrid. El autor le agradece al Profesor D. Julián Briz Escribano, Catedrático de esta Unidad, su constante apoyo en la realización de este trabajo.

— Revista de Estudios Agro-Sociales. Núm. 159 (enero-marzo 1992).

Este modelo tiene la ventaja de ser simple y claro, pero alejado de la realidad. En las sociedades de países altamente industrializados son cada vez en menor medida la renta y los precios los que determinan el consumo. Las tasas de crecimiento de los alimentos más importantes bajan y el consumo alcanza la saturación. Además de los bienes inferiores como los portadores de carbohidratos (pan, patatas, etc.) este proceso alcanza también los bienes superiores, como son los productos ricos en proteínas animales. Así, el consumo de carne en España ha llegado a estancarse en los años comprendidos entre 1987 y 1990 (1), a pesar de una evolución positiva de las rentas reales.

Esto, en el sentido econométrico significa que el poder explicativo de las relaciones renta-consumo y precio-consumo disminuye, al tiempo que alcanzan actitudes y hábitos cada vez más importancia en las decisiones de los consumidores.

Estas preferencias, actitudes y hábitos se refieren tanto a los diferentes productos como a tendencias sociológicas y sociales que se producen en las sociedades modernas. A modo de ejemplo se pueden citar conciencia de salud y de calidad, importancia de la comodidad, cambios en los horarios de trabajo, incorporación creciente de la mujer al trabajo.

Para la investigación de un concepto de demanda que incluye lo que se puede llamar «nuevos» factores determinantes de la demanda, los métodos econométricos solos no son suficientes. Es la investigación social empírica la que ofrece las herramientas necesarias para lograr un conocimiento más preciso de la demanda.

II. METODOLOGIA

La técnica de «Grupo de discusión Libre» o «Reuniones de Grupo» nació en el seno de la investigación social, en los años cua-

(1) Consumo de carne (incluyendo carnes transformadas) per cápita, dentro y fuera del hogar (Kgs): 66,9 (1987), 67,8 (1988), 65,5 (1989), 66,2 (1990). Fuente: Panel de Hogares y Encuesta de Hostelería, Restauración y Establecimientos Institucionales del MAPA.

renta. Uno de sus pioneros fue Kurt Lewin con sus experimentos de grupo, realizados en el Research Center for Group en los EE.UU. (1943, 1947 y 1963). Hoy este método con carácter cualitativo es una herramienta habitual en la investigación comercial. Además de su valor y aplicabilidad como instrumento de investigación en sí mismo, es utilizado para preparar investigaciones con métodos más estandarizados (2).

El método de Reuniones de Grupo se basa en el supuesto de que la situación en un grupo refleja ampliamente el proceso de formación de opiniones de un macrogrupo. En un ambiente de discusión distendido, en que se rompen racionalizaciones y barreras psíquicas, los participantes ponen de manifiesto las motivaciones, actitudes y opiniones profundas, que condicionan su comportamiento con respecto a un tema u objeto específico. Por su forma abierta y explorativa el método permite conocer todos los aspectos importantes de la problemática estudiada y obtener una amplia visión de la normalmente compleja realidad.

En la práctica, los participantes conversan sobre su problemática, condiciones de vida y muy distintos aspectos generales, que un moderador va centrando en los temas concretos a investigar. El interés de los temas propuestos ya significa una motivación para la mayoría de los asistentes a los Grupos de Discusión, creándose el clima cordial y abierto deseado, que propicia la colaboración y generalmente aporta conceptos y sugerencias positivas, enriqueciendo la información que se pretende obtener.

El método de Reuniones de Grupos también tiene desventajas que hay que tener en cuenta. El control social de participantes por otros miembros del grupo y barreras lingüísticas pueden obstaculizar la articulación de opiniones, lo cual dificulta la comparación válida entre los miembros del grupo. Los resultados de las Reuniones de Grupos no son muy aptos para un análisis cuantitativo, puesto que es imposible estandarizar la situación de sondeo. Práctica, conocimien-

(2) En el presente proyecto, los resultados de las reuniones de grupo realizadas sirvieron para encontrar hipótesis de trabajo para una encuesta representativa a consumidores españoles, con un cuestionario estandarizado.

to de causa e inclinaciones del analista juegan un papel importante en la interpretación de las afirmaciones verbales. El problema de integrar a las personas participantes en una reunión de grupo implica que siempre es solamente una parte del grupo objetivo de la investigación que puede ser representado.

III. TRABAJO EMPIRICO (3)

El objetivo de las reuniones de grupo realizadas fue el de encontrar hipótesis de trabajo para un estudio representativo posterior, en toda España. La selección de los lugares de sondeo se hizo con el propósito de captar la diversidad regional de la alimentación en España y los colectivos más importantes. Por razones económicas el número de reuniones tuvo que ser limitado a cuatro (ver cuadro 1). Por otra, este número pareció suficiente, dado el carácter explorativo y no representativo de la investigación.

Los participantes en los grupos de discusión fueron reclutados por personal especializado en este tipo de captaciones de ICP/RESEARCH. Las personas seleccionadas no habían participado con anterioridad en ninguna otra reunión de estas características evitando así la distorsión que provoca la presencia de un «sujeto experto» en un grupo de libre discusión.

Un moderador, sociólogo experto en esta técnica, inició las reuniones, invitando a los participantes a manifestar libremente sus opiniones sobre los temas a investigar. El moderador intentó encauzar la conversación mediante las mínimas intervenciones, sólo necesarias en caso de desviación de los temas previstos, para que el grupo sea realmente efectivo. Para asegurar que se trataran todos los temas y aspectos deseados y a fin de obtener una idéntica estructura formal en todas las reuniones, el moderador utilizó una guía (ver anexo) que empieza por lo general (alimentación y comidas) para llegar a lo más específico (carne y productos cárnicos). Finalizada la reunión, se

(3) El trabajo empírico fue realizado por ICP/RESEARCH, Instituto de la Comunicación Pública (Madrid), en colaboración con el autor.

Este modelo tiene la ventaja de ser simple y claro, pero alejado de la realidad. En las sociedades de países altamente industrializados son cada vez en menor medida la renta y los precios los que determinan el consumo. Las tasas de crecimiento de los alimentos

Cuadro 1

CARACTERISTICAS MUESTRALES DE LA INVESTIGACION

Tamaño población	Ciudad seleccionada	Actividad integrantes	Clase social	Edad	Sexo	Total
> 500.000	Madrid	Resp. hogar/ No resp. h.	Media/ M. Baja	25/ + de 50	H.	10
100.000 a 500.000	Jerez de la Frontera (Cádiz)	Activas/ Amas de casa	Media/ M. Baja	25/ + de 50	M.	11
100.000 a 500.000	Oviedo	Activas/ Amas de casa	Media/ M. Alta	25/ + de 50	M.	9
> 500.000	Valencia	Estudiantes/ Activos	Media/ M. Alta	18/25	Mixto	7

entregó a cada persona un obsequio como agradecimiento a su colaboración.

Todas las reuniones de grupo se grabaron en cinta magnetofónica, para lo cual se contó con el permiso de los participantes. Las reuniones se transcribieron literalmente para la posterior aplicación del análisis de contenido y temático. La duración media de las reuniones fue 10 minutos. El trabajo de campo se realizó en Enero de 1991.

IV. RESULTADOS

La presentación de los resultados de la investigación sigue el siguiente esquema:

Alimentación en general

- Importancia y significado de la alimentación.
- Formas/hábitos generales de alimentación.
- Criterios de alimentación.
- Evolución y cambios en la alimentación.

Carne y elaborados cárnicos

- Importancia en la alimentación.
 - Clases más utilizadas y conocidas.
-

- Usos: cuándo, cómo y por qué.
- Atributos de diferentes tipos de carne/elaborados cárnicos.
- Criterios para la compra.
- Productos sustitutos de la carne/los elaborados cárnicos.
- Tendencia futura del consumo de carne.
- «MAPPING» de elaborados cárnicos.

V. ALIMENTACION EN GENERAL

V.1. *Importancia y significado de la alimentación*

Necesidad y placer conforman los dos elementos esenciales de la alimentación. La alimentación es «necesaria» para el correcto funcionamiento del organismo y la salud de la persona. Al margen de la necesidad la persona disfruta tanto por el hecho en sí mismo de comer, como por otros factores asociados con este acto: placer para el paladar, acto social (vehículo de comunicación y relaciones sociales, actividad de comunicación y tiempo libre), vicio.

Los participantes de las 4 reuniones ratifican estas concepciones de la alimentación. Sin embargo, se pueden observar diferencias en los distintos colectivos. Para las mujeres el elemento que mencionan en primer lugar es la alimentación por necesidad, y sus consecuencias en la salud. Estos aspectos se enfatizan todavía más cuando se trata de la alimentación de niños pequeños, en los que la atención dispensada a su alimentación es mayor que en personas adultas. En el caso de los hombres y jóvenes el placer aparece como primer elemento asociado al hecho de la alimentación. Su no implicación directa en las responsabilidades de alimentación familiares (son las mujeres generalmente las encargadas de ello), es uno de los factores que influye en este sentido.

Se apunta, que en la actualidad hay una mayor preocupación por el «cuidado y calidad» de la alimentación.

V.2. Formas y hábitos de alimentación

Existen diferencias significativas en función de días de la semana y momento del día. El tiempo es un elemento fundamental que condiciona en gran medida esta situación: tanto para su realización como para su ingestión las comidas varían en función del tiempo que se puede dedicar a ellas.

V.2.1. Días laborables/no laborables

Entre semana el tiempo disponible para elaborar las comidas, así como para «comerlas», está limitado por las distintas obligaciones personales como trabajo, estudios, etc. Por estos motivos, las comidas son rápidas, ligeras y sencillas de preparar. La comida por necesidad sera prototípica de esta situación.

En las mujeres encargadas de la realización de la comida de sus hogares, la selección de éstas va en función del escaso tiempo disponible para prepararlas. Por ello, los planteamientos giran en torno a realizar comidas sencillas, fáciles y rápidas de preparar, y que puedan ser hechas el día anterior (comidas que puedan «recalentarse»). Cuando entre semana se come en restaurantes, se siguen practicando estos principios: es un hecho obligado, y la limitación del tiempo sigue estando presente. Ejemplos de comidas semanales serían: potajes, guisos, legumbres, cocidos, verduras, sopas, etc. de primer plato. De segundo suelen tomarse «fritos», preferentemente de carne o pescado.

En fines de semana o días festivos el concepto de comida por placer es más relevante. Otra vez es el tiempo el que marca las principales diferencias.

Las mujeres disponen de más tiempo para las tareas culinarias. Platos de realización más lenta y laboriosa, y para ser servidos en «su punto», es decir no recalentados, son más característicos del fin de semana. Las mujeres también aluden a la mayor tranquilidad y relax con que pueden comer, si bien, al ser las encargadas de la preparación de las comidas, insisten más en el mayor tiempo de que dis-

ponen en este sentido. Ejemplos de platos citados son: platos al horno, empanados, paellas, postres, etc.

Los hombres pueden «disfrutar» más del placer de comer por la tranquilidad con la que pueden realizarlo. Las salidas a restaurantes por placer, que durante la semana suelen hacer por obligación, son muy resaltadas por los hombres. Los jóvenes realizan salidas a restaurantes con amigos, así como en sus casas pueden elegir las comidas más acordes con sus gustos particulares.

En todos los casos, las salidas a restaurantes como forma de ocio, se realizan durante los días de fiesta. Los platos pedidos en restaurantes suelen diferenciarse de los habituales en el sentido de estar preparados de forma distinta a la habitual o conocida, y/o tener ingredientes (carne, pescado, etc.), de mayor «calidad» o precio. Pero fundamentalmente, el relax y las relaciones sociales, son los valores más importantes asociados a estas comidas.

V.2.2. Momento del día

Las comidas realizadas diariamente varían atendiendo a la hora y al momento del día en que se realizan. El desayuno de la mañana suele ser ligero: un vaso de leche, café, cacao, etc., sólo o acompañado de tostadas, bollos, etc. Las amas de casa indican que en los colegios se intenta cambiar la costumbre del desayuno «ligero» por uno más «fuerte», más aconsejado para la actividad que durante este tiempo se realiza.

La comida de medio día suele ser el «plato fuerte del día». El tiempo disponible para ello normalmente es limitado, por lo que se tiende a comidas de rápida y fácil preparación. Dada su «ubicación» casi en la mitad del día, cuando aún restan horas de actividad, son comidas «fuertes», que consisten generalmente en primer y segundo plato, fruta y café.

La merienda por la tarde es más practicada por los niños (aunque no exclusivamente) y suele estar compuesta por un bocadillo relleno de fiambre o embutido.

«Rápida» y «ligera», suelen ser las características que se le atribuyen a la cena. Rápida de preparar y digerir puesto que a última

hora del día se busca descanso y relax. Y ligera, porque además, la persona se dispone a acostarse, por lo que se tiende a comidas más suaves y de fácil digestión. En líneas generales, parece que para las cenas, el pescado se considera más adecuado que la carne: es un alimento «más ligero» y de «más fácil digestión».

V.3. *Criterios de alimentación*

El concepto de comida por necesidad, sin olvidar el elemento placer, está estrechamente ligado a los criterios de alimentación seguidos.

V.3.1. Variedad, equilibrio

El primer aspecto destacado es la variedad: combinar los alimentos de tal manera que, tanto durante el mismo día como en días sucesivos, se consuman sin caer en la monotonía, los alimentos necesarios para un saludable funcionamiento del organismo de la persona. Además de variados, los alimentos consumidos han de ser «buenos»: frescos y de calidad

Los criterios de alimentación están íntimamente ligados a lo entendido por buena alimentación. Buena alimentación es aquella variada y equilibrada. El mantenimiento de unos horarios estables de comidas es otro factor que contribuye a conseguirlo.

V.3.2. Precio

El factor económico, el precio de los productos es también importante: se opta, dentro de las posibilidades económicas, no por los productos más baratos sino por aquellos que sin ser los más caros, posean «calidad».

V.3.3. Sabor

El sabor es otro de los factores presentes en los criterios de alimentación, siendo los jóvenes –ajenos a la responsabilidad de la alimentación– quienes más enfatizan este aspecto.

V.3.4. Modalidades

Atendiendo a las modalidades de alimentación en el sentido de comidas «caseras», comidas compradas ya preparadas y alimentos congelados, se observan las siguientes actitudes:

- Las comidas caseras gozan de preferencia frente a las restantes. Su sabor, la costumbre y el conocer «realmente» lo que se está comiendo (ingredientes, composición, etc.), son las razones que determinan la opción.
- Hacia las comidas compradas ya preparadas suele haber rechazo. Ello es debido a su sabor (indefinido, malo, etc.), y a la desconfianza y dudas sobre sus ingredientes, como motivos más intensamente señalados, y a su precio (caros). Ocasionalmente se utilizan debido a su comodidad o como recurso, y en casos de platos de difícil y laboriosa preparación o platos que no saben realizarse. Son los jóvenes quienes se muestran menos críticos hacia estos productos. Las amas de casa, tienden a justificarse por su uso en determinadas y puntuales circunstancias, al considerarse una comida de calidad «inferior», «peor» que la casera.
- La compra de alimentos congelados es un hábito más común. Se compran las «materias primas» originales, por lo que se sigue tratando de alimentos «naturales». Ciertos alimentos, como el pescado, se compran más frecuentemente que otros congelados; en este hecho el factor precio es muy importante.

V.3.5. Saludabilidad

Una preocupación o atención más estricta en cuanto al contenido de la alimentación se da cuando aparecen enfermedades o síntomas

de enfermedades. Además, se opina que la dieta que constituye la comida tradicional española, es suficiente y adecuada para llevar una buena y correcta alimentación.

El tema de los alimentos integrales es bastante desconocido. Si bien hay quien utiliza algunos productos (pan, galletas, etc.), o quien en sus salidas a restaurantes como forma de ocio acude a restaurantes «naturistas», no se consideran esenciales e imprescindibles para llevar una buena alimentación.

La inclusión de ciertos aditivos deteriorantes de la calidad de los alimentos conservantes, colorantes, hormonas, etc.), se «aceptan» casi como un mal inevitable, sobre el que no se tiene capacidad de acción.

V.4. *Evolución y cambios en la alimentación*

Actualmente parece existir una mayor preocupación por el tema alimenticio: comer «mejor», no en cantidad sino en calidad. En esta situación han influido positivamente ciertas circunstancias actuales:

- Aumento de las opciones de alimentación. Hoy día, a diferencia de épocas pasadas de la sociedad española, el poder adquisitivo medio (sin considerar los casos extremos de la base de la pirámide social), permite acceder a la variada gama de alimentos que conforman la «buena alimentación» variada, equilibrada y que además satisfaga los gustos y preferencias personales.
 - Esta situación puede además estar relacionada con la mayor sensibilidad y atención otorgada hoy a la alimentación. Antes, la preocupación se centraba más en «tener que comer», hoy, en «elegir» lo más adecuado.
 - La mayor incidencía en la actualidad de cierto tipo de enfermedades, como enfermedades cardiovasculares, etc., implica una modificación de los hábitos alimenticios. El consumo de alimentos o comidas con alto contenido en grasa, sobre todo de origen animal, tiende a reducirse.
-

- La reducción de grasas y el aumento del consumo de verduras dan lugar a lo que se entiende por una alimentación más sana. Sin embargo, la introducción de «comidas preparadas», se considera deteriorante de la «buena y sana» alimentación.

VI. CARNE Y ELABORADOS CARNICOS

VI.1. *Importancia en la alimentación*

La carne se considera uno de los alimentos básicos de la alimentación en su conjunto, sin ser sobrevalorada. Es decir, dentro de la variedad y equilibrio propios de la buena alimentación, la carne es uno más entre otros alimentos como el pescado, la verdura, los huevos, etc.

A la carne y al pescado se les atribuyen distintas características: el pescado «harta menos», «tiene menos grasa», «es más perecedero» y «más digestivo», la carne «llena más», «tiene más grasa», «es más pesada», «tiene una más difícil digestión», «tiene más posibilidades y salidas culinarias», «más fácil preparación», «dura más» y se «encuentra más fácilmente en los establecimientos de compra».

Si bien hay acuerdo acerca de que «el pescado harta menos» y «la carne llena más», parece que en función de estas cualidades, y sin pretender generalizar, las mujeres prefieren el pescado mientras que los hombres optan más por la carne, por considerar que satisface más plenamente sus necesidades de alimentación.

Los jóvenes parecen situar en primer lugar los distintos alimentos, incluida la carne, atendiendo a sus gustos particulares (lo que «gusta más» y lo que «gusta menos»).

Al hablar de carne/elaborados cárnicos, es la «carne» lo que se menciona siempre de forma preminente. Los elaborados cárnicos (entendiendo como tales los fiambres y embutidos) aparecen en un segundo plano, hecho en relación con el uso específico al que se destinan.

VI.2. *Clases más utilizadas y conocidas*

Las clases de carne más utilizadas por los participantes de las reuniones son: cerdo, ternera, vaca y pollo, seguidas con diferencia por el pavo. Con notable descenso se menciona el cordero y por último el conejo. Carne picada y salchichas son otra de las modalidades cárnicas utilizadas.

Los embutidos/fiambres más usuales y espontáneamente mencionados son: jamón york, jamón cocido, jamón serrano, chorizo, salchichón, mortadela, salami, fuet y sobrasada. El queso se incluye también dentro de esta categoría. El lomo y las salchichas, generalmente aludidos como carne, se incluyen en ocasiones dentro del concepto de embutidos.

Aunque a veces hay confusiones, los embutidos y fiambres tienden a considerarse como una misma categoría de productos, a excepción de los jóvenes valencianos (ver ficha técnica) que diferencian claramente unos de otros: los embutidos se referirían al chorizo, morcilla y longaniza.

VI.3. *Usos*

Diariamente, las carnes utilizadas son las de uso más común: cerdo, vaca, ternera y pollo. Preferentemente durante la comida de mediodía y con guisos rápidos y fáciles de hacer: carne guisada, filetes empanados, carne picada y carne guisada como ingredientes para sopas, etc.

La carne utilizada se encuentra en cualquier carnicería, es posible tenerla en casa congelada para utilizarla en el momento deseado, y su precio es asequible para la economía familiar diaria.

En el fin de semana/festivos, si la carne consumida es la misma que durante el resto de la semana, varía la forma de prepararla: platos de más lenta preparación, más laboriosos, que es posible comer en el momento «justo». Ejemplos de estos platos son: carne al horno, asada, albóndigas, rollos de carne, carne acompañada de salsas «distintas», más elaboradas, carne escalopada, rellena, etc.

Carnes de precio superior al de las cotidianas, y de más difícil adquisición en las carnicerías, como es el caso del cordero y del conejo, son más propias de fines de semana y días festivos.

Las comidas en restaurantes por placer, reúnen características similares a las de los días festivos: platos «más refinados», «distintos», «acompañados de salsas diferentes», «de más calidad», etc.

El uso de los embutidos y fiambres está claramente definido: se utilizan sobre todo para bocadillos en las meriendas y para cenar. «Picar» entre comidas, y sustituir ocasionalmente un segundo plato, son otras de sus aplicaciones. Su utilización en las comidas de mediodía no es normal, ya que no se consideran una comida «de verdad».

Determinados fiambres, los que en algunas zonas se consideran embutidos (chorizo, morcilla, longaniza) son susceptibles de cocinarse acompañando ciertos guisos, así como de ser fritos y asados.

VI.4. Atributos

Se diferencian las *carnes* procedentes de distintos animales, pero existe mayor dificultad para diferenciar distintas clases de carne de la misma especie de animal. El precio suele ser en estos casos el elemento diferenciador. El color, la costumbre y el hábito son, entre las personas más «experimentadas», elementos de juicio para diferenciar unas de otras. El sabor es el factor interno, que en último lugar, las diferencia.

De los distintos tipos de carne se destacan los siguientes datos:

- **Ternera:** adecuada para todo tipo de personas, tierna y blanda, con un «característico» color «rosado» que permite diferenciarla de otras carnes de vacuno (por ejemplo del añojo). Su precio es superior al de otras carnes (que el añojo y la carne de porcino), lo que le otorga una calidad superior. Carne más sana que otras por su menor contenido en grasas. Procede de un animal joven, hecho que influye en las características mencionadas: carne blanda, tierna y rosada.
 - **Añojo:** carne menos tierna que la de la ternera, debido a su procedencia de un animal de más edad. Estos aspectos la con-
-

figuran como una carne de peor calidad. Sin embargo, hay quienes dicen que sus propiedades proteínicas son mayores que las de la ternera, precisamente por ser de un animal mayor.

- **Cerdo:** carne de las de más alto contenido en grasas. Este factor condiciona su uso; es una carne no adecuada para personas con determinados problemas de salud, y no muy conveniente para los niños. En comparación con otras carnes es más sabrosa pero menos sana. Tiene precios bajos y muy asequibles. Se considera como una carne de menor prestigio y calidad que otras, no obstante, es una carne de uso común: es barata, está en todas las carnicerías, es un recurso en la comida cotidiana y tiene variadas posibilidades culinarias, sin olvidar que, independientemente de todos estos factores, gusta a muchas personas.
 - **Pollo:** carne de uso común, de precio asequible, sana y con pocas grasas, sabor «suave», «textura» distinta a la de las carnes mencionadas y variadas posibilidades culinarias. Hay quienes no asocian el pollo al concepto de carne, quizás debido a su condición de ave.
 - **Cordero:** carne cara, más propia de días festivos que laborales. Su sabor es claramente distinto al de otras carnes; hay quien lo define como «pesado y fuerte». Carne con reducido aprovechamiento comestible: «mengua» mucho y «cunde» poco. Carne considerada de mayor «prestigio», en lo que el precio tiene gran influencia.
 - **Conejo:** carne de uso esporádico. Cara, difícil de cocinar (requiere mucho tiempo), no se encuentra en todas las carnicerías y su aprovechamiento es reducido. Su aspecto en las tiendas es desagradable para algunas personas.
 - **Pavo:** si bien no es una carne de uso frecuente para la mayoría de los encuestados, hay quien afirma utilizarlo a menudo. Es una carne blanca y sana. La tradicional cena de Navidad con pavo, eleva su uso en esta época. Es una carne más propia de los días festivos y comidas «especiales».
-

- **Perdiz, codorniz:** carnes escasamente utilizadas. Requieren una lenta preparación, hay que «saber» cocinarlas y no hay costumbre de uso. Se consideran «carne de caza», siendo su uso más inhabitual.
- **Carne congelada:** Se dice que la compra de carne congelada no es habitual; ello se debe a: su diferencia de precio con la «carne fresca» es escasa, por lo que no merece la pena, además, pierde «sabor» y «color». Sin embargo, es común que se compre carne fresca y se congele en los propios hogares.
- **Carne/elaborados cárnicos envasados:** «Carne envasada» y «carne enlatada» parecen ser dos conceptos asociados. Hay una actitud más bien negativa hacia este tipo de productos. Se desconoce el tiempo exacto que llevan envasadas, se desconoce su «verdadera» calidad, sabor no agradable y, con propiedades alimenticias posiblemente inferiores a las de la carne fresca. Su aspecto en el envase tiene una importante influencia en estas valoraciones. Su compra se justifica por su utilización «esporádica», como recurso por la falta de otra cosa en determinadas situaciones.

Entre los jóvenes, aunque una parte importante de ellos participa de estas opiniones, hay quienes asignan a la carne envasada similares cualidades que a la comprada sin envasar, e incluso en algún caso, se dice que la envasada (carne o fiambres), ofrece más garantía de higiene.

Los lugares donde se realizan estas compras y el grado de confianza depositado en ellos actúan como garantía de calidad y, al consumirse rápidamente, conservan su sabor original.

El grupo de los **embutidos y fiambres** tiene una concepción más global. Es decir, son alimentos para muchas personas de uso cotidiano que tienen asignado un consumo definido; de esta manera, se habla de los fiambres/embutidos en general, con escasas especificaciones particulares.

La marca es más tenida en cuenta que en otros alimentos, hay mucha variedad, son un recurso, por ser cómodos y rápidos de servir en el momento deseado. Algunos poseen un alto contenido en grasa, así como otros ingredientes que pueden ser dañinos para personas

delicadas. Por este motivo hay quien los considera alimentos poco sanos (ver también: «Mapping» de elaborados cárnicos).

Las **salchichas y hamburguesas** (hay personas que las catalogan de embutidos, elaborados cárnicos), parece que se utilizan más para comidas de niños que de adultos. Se prefieren las salchichas «de carnicero» y las plastificadas a las envasadas en latas, pues se piensa que éstas últimas contienen mayor proporción de aditivos.

VI.5. *Criterios para la compra de carne elaborados cárnicos*

Productos buenos, frescos y de calidad, son conceptos relevantes en la compra de carne y elaborados cárnicos en general.

Factores tenidos en cuenta en cuanto a la compra de carne son: aspecto del producto/color, imagen y presencia del producto y del lugar donde está expuesto, precio (ni lo más barato ni lo más caro), conocimiento del artículo, hábito y costumbre.

Se dice que hay elementos que no es posible controlar por el consumidor, como son las «hormonas» aplicadas al animal para su engorde. Este hecho repercute en la calidad del producto, pero no se percibe un cambio mayoritario en las costumbres debido a ello.

El lugar de la compra es importante: suele realizarse en lugares concretos y determinados, que dan al consumidor mayor seguridad, confianza y garantía, del producto y del establecimiento.

Los criterios de compra de **embutidos y fiambres** coinciden con los de la carne, a excepción de alguna diferencia: el color no refleja con tanta «seguridad» el estado del producto. Pueden tener muy «buen aspecto», pero este puede ser debido a la utilización de conservantes y colorantes. Por ello, las marcas son aquí más importantes como criterios de elección.

Por lo general, las amas de casa suelen planificar previamente a la compra los alimentos que comprarán, lo que no significa que posteriormente haya alguna variación respecto a los planteamientos iniciales. Los jóvenes varones responsables del hogar son más proclives a decidirse una vez en los establecimientos de compra.

Cuando en el hogar trabajan los dos cónyuges, es más frecuente que se acuda puntualmente a grandes establecimientos para realizar las compras de una o varias semanas.

VI.6. *Productos nuevos e información sobre la oferta de productos*

A pesar de la variedad que ha de caracterizar la buena y correcta alimentación, esta variedad se compone prácticamente de los alimentos tradicionales y conocidos. La incorporación de alimentos nuevos o distintos, centrándonos sobre todo en el caso de la carne, es escasa. Las novedades, si las hay, radican fundamentalmente en la forma de preparar los platos, pero no en sus contenidos esenciales.

Además, como ya se ha mencionado más arriba, hay quienes desconocen incluso las diferencias entre las carnes de uso rutinario, siendo la práctica, la costumbre y la «información» propia de los establecimientos de compra, las «fuentes de información» más comunes y casi las únicas de que se dispone.

La compra de comida envasada y/o congelada es el cambio o novedad más apreciable. Si bien este «cambio» está relacionado con cambios sociales (mayor incorporación de la mujer al trabajo, rapidez, etc.), la información procede fundamentalmente de personas conocidas, su existencia y ubicación en los lugares de compra y la publicidad.

Se piensa que las carnes conocidas y utilizadas son básicamente las carnes disponibles para el consumo humano, teniendo siempre presente que la producción, tradición y cultura de un país, son elementos determinantes. Aparte de estos aspectos, el contacto con nuevos productos tiene lugar cuando se va a comer a restaurantes por placer, en el sentido de pedir y probar platos distintos a los rutinarios y habituales.

VI.7. *Productos sustitutos de la carne/elaborados cárnicos*

El conocimiento exhaustivo de las propiedades alimenticias y nutritivas de los alimentos, parece no ser una característica que defi-

na al consumidor español. Hay alimentos que se comen porque gustan más que otros, se «sabe» que hay alimentos que «alimentan» más que otros, y que hay alimentos que es «conveniente» que formen parte de la variada alimentación, pero no se diferencian con precisión las cualidades específicas de unos y otros.

La *carne* no es una excepción: se dice que aporta al organismo proteínas que le son necesarias, pero no se es capaz de establecer diferencias precisas respecto a otros alimentos. Es un alimento que forma parte de los considerados básicos y habituales, pero no es el único. Como ya he mencionado más arriba, otros alimentos como el pescado, la verdura, la leche, los huevos, etc. también entrarían dentro de esta categoría.

Bien por preferencias personales, por cuestiones de salud, o por «equivalencias» alimenticias, es posible, al menos teóricamente, optar por unos u otros. En la práctica se intenta que la alimentación cubra todos los tipos disponibles y apetecibles de alimentos.

Los *fiambres* y *embutidos*, aunque teóricamente no se catalogan de indispensables para una buena alimentación, parecen tener, paradójicamente, más difícil sustitución entre quienes los utilizan. Ello puede tener su explicación no tanto en sus propiedades alimenticias como en el uso que por sus cualidades se les ha asignado: alimentos que sin necesidad de guisos, que pueden comerse en frío, son utilizados diariamente para las meriendas de los niños.

Esto manifiesta la importancia que en la alimentación tienen los hábitos y tradiciones fuertemente arraigados en la dieta española, que de forma mayoritaria prevalecen sobre las cualidades propias (nutritivas, alimenticias, etc.) y específicas de los alimentos.

VI.8. *Tendencia futura del consumo de carne*

Sin considerar ningún tipo de condicionante que pudiera influir en este tema, la tónica general indica que no parece existir una tendencia al aumento del consumo de carne.

Comparando la época actual con épocas pasadas, en las que la carne era un bien más escaso, y el poder adquisitivo menor, hoy día la carne es un alimento extendido, de uso común entre los distintos

segmentos de población. (Esto puede tener validez en el sentido de no tener en cuenta en la investigación situaciones marginales ni al estrato más inferior de la pirámide social).

Por otra parte, así como en épocas pasadas el consumo de la carne era más propio de ciertas clases sociales, e imperaba más la idea de que la carne era el alimento «base» de la alimentación (según expresan los participantes de las reuniones de grupo), hoy la situación ha cambiando. La carne sigue siendo un alimento importante, pero no el único: la oferta es mayor y se tiende a la variedad de alimentos, sin monopolio de ninguno de ellos.

La variedad y equilibrio son las condiciones que ha de tener la buena alimentación (sin olvidar los requisitos de los alimentos: buenos, frescos, de calidad, etc.). La carne no sólo se consume habitualmente, sino que parece ser uno de los alimentos «más socorridos» de la dieta cotidiana. Prescindiendo de gustos particulares (personas que desearían comer menos carne porque no les guste, o quienes desearían comer más carne porque es de los alimentos más de su agrado), no se aprecia que, en las circunstancias normales, la necesidad de alimento o el deseo de comer carne esté insatisfecho.

El precio en un primer momento no parece ser un impedimento para el consumo de carne en general: actualmente se dice que el pescado es más caro que la carne.

La afluencia de ciertas enfermedades relacionadas con el consumo de grasa animal, se percibe como un condicionante que puede afectar negativamente al uso de carne.

Ante la sugerencia en las reuniones de grupo celebradas sobre las repercusiones en el consumo de carne ante una posible bajada de su precio o un aumento del poder adquisitivo de los consultados, sus respuestas se mantienen en consonancia con lo ya expuesto: las costumbres y hábitos tienen difícil variación.

Sin embargo, la bajada del precio de determinadas clases de carne (caso del cordero por ejemplo), las carnes más propias de días festivos, o de «circunstancias especiales», sí que podría afectar a su consumo. Uno de los motivos por los que estas carnes se utilizan menos es porque «son caras»; si su precio disminuyera, es posible que su consumo aumentase. No obstante, se podría decir que ello no implicaría un aumento general del consumo de carne, sino que, al

pasar estas carnes a formar parte del grupo de alimentos de uso cotidiano, la balanza se reestructuraría al disminuirse tal vez el consumo de otras (cerdo, ñojo, etc.). Es decir, podría ampliarse la diversidad de los alimentos de uso común, a costa de la mayor variedad de carnes que podrían incluirse en la dieta cotidiana: no es que se comiese más cantidad de carne, sino más diversidad de la misma.

VI.9. «Mapping» de elaborados cárnicos

Para complementar la información que los participantes fueron desarrollando a lo largo del transcurso de las reuniones, prácticamente al final de las mismas se introdujo la técnica de agrupamiento denominada MAPPING. Su objeto fue el conseguir que los participantes, mostrándoles diferentes productos, los agruparan en función de los criterios que ellos espontáneamente decidiesen, explicando los motivos y razones de su elección. Ello permitió identificar algunas dimensiones más a las aportadas previamente, mediante las cuales aprecian los distintos productos, atendiendo a su naturaleza, empaquetado, presentación, etc.

Las distintas agrupaciones realizadas, en función del colectivo integrante de las reuniones de grupo son:

VI.9.1. Amas de casa, clase media/media baja

Como amas de casa que son, encargadas de las actividades de cocina y alimentación de la familia, el criterio básico de agrupación es el uso: productos que se usan más y productos que se usan menos. Señalan que el uso no siempre coincide con lo que más les gustaría comer, pues el elevado precio de determinados productos restringe o limita su compra. Así, los grupos que establecen son:

- a) Jamón york, en lonchas envasadas/jamón serrano trozo al corte/mortadela en lonchas envasadas/salami en lonchas al corte/chorizo corriente, en lonchas al corte/chopped de
-

cerdo, trozo al corte envuelto en celofán/embutido de pavo o pollo, en lonchas al corte, envuelto en celofán/ salchichas Frankfurt, envasadas al vacío, light/salchichas frankfurt, envasadas la vacío/patés, distintos sabores, marcas, en lata/bacon, en lonchas envasadas.

Estos son productos que se utilizan frecuentemente para bocadillos, para picar, para «todo». Además sus precios son «asequibles». Sin embargo, en este grupo hay que tener en cuenta que hay productos que se incluyen pero atendiendo a su contenido en forma genérica es decir, del bacon en lonchas envasadas y de las carnes envasadas en general, se dice que: «yo le temo a las carnes envasadas, no sabe una el tiempo que llevarán y a veces se destapa y no están buenas» y «con el bacon pasa igual, el bacon que se compra cortado no trae el mismo sabor que este».

Sin embargo, aquí parecen incluirse los productos que genéricamente más se utilizan, obviando en algunos casos factores como modalidad o precio.

- b) Jamón serrano, lonchas envasadas/morcilla entera/pechuga de pavo envasada/jamón york, entero en lata/chorizo ibérico entero/salchichón ibérico entero/salchichas frankfurt, envasadas al vacío/salchichón corriente, entero.

Estos son productos utilizados en menor medida que los anteriores: algunos tienen un precio alto, o superior al de los anteriores (el chorizo ibérico es «muy caro»; el jamón york en lata, el salchichón entero, la pechuga de pavo envasada, etc., se dice que son más caros en estas modalidades), otros son utilizados para cocinar (morcilla), con lo cual su uso es más reducido, al no formar parte de las meriendas.

- c) Jamón ibérico, trozo al corte/salchichas frankfurt, envasadas al vacío, otros sabores/patés, distintos sabores, marcas, en lata/paté, trozo en celofán.

Las características de estos productos serían, su precio superior y/o la preferencia por otras modalidades de presentación. El caso del jamón ibérico sería el de un artículo que todas «desearían» utilizar, pero con un precio alto que lo impide.

VI.9.2. Amas de casa de clase media/media alta

Siguiendo con criterios «prácticos» y relacionados con las compras y comidas cotidianas, las agrupaciones que realizan son:

- a) Chopped de cerdo, trozo al corte envuelto en celofán/salchichón ibérico entero/embutido de pavo o pollo, en lonchas al corte envuelto en celofán/salami, en lonchas al corte/pechuga de pavo envasada/jamón serrano, trozo al corte/paté envuelto en celofán/salchichón corriente, entero/bacon, en lonchas envasadas/patés, distintos sabores, marcas/salchichas frankfurt, envasadas al vacío, otros sabores/salchichas frankfurt, envasadas al vacío, light, con jamón/jamón ibérico entero/chorizo ibérico, entero/chorizo corriente en lonchas al corte.

Estos son los productos que, a su juicio, más se utilizan como parte de la alimentación. En este caso, también se tiene en cuenta en determinados productos, el producto genérico (chorizo, salchichón, etc.) independientemente de otras cuestiones.

- b) Jamón york en lonchas envasadas/morcilla entera/jamón serrano en lonchas envasadas/patés distintos sabores, marcas/salchichas frankfurt envasadas al vacío/mortadela en lonchas envasadas/jamón york entero en lata.

Como se puede apreciar, el criterio de agrupación seguido coincide salvo algunas diferencias, con el escogido por las amas de casa de clase media/media baja. De forma plausible, se toma bastante en consideración el aspecto que el producto presenta: envasado/no envasado, asociándolo con el sabor y la frescura de los mismos.

En las salchichas se toma en cuenta si son «plastificadas o enlatadas», teniendo las primeras más aceptación que las segundas. Los patés o el foiegrás, se prefieren en «tarrina», pues, se conservan mejor.

Aunque hay algunas diferencias en los productos que las distintas amas de casa incluyen en cada uno de los grupos, además de la presentación, básicamente se repiten los criterios ya señalados a lo

largo del estudio: consumo, sabor (calidad), frescura y precio. Este último en menor medida, pero podría deberse a que, no es la misma diferencia de precio la que hay entre carne de cerdo y de cordero, a la que hay entre jamón envasado y sin envasar.

VI.9.3. Hombres, clase media/media baja

Los hombres, más propensos a racionalizar, y a la vez menos implicados respecto a las amas de casa en la compra y elección de alimentos, optan por criterios distintos: ya no es lo que se usa y lo que no se usa, sino, entre otras cosas, la procedencia de los alimentos que se consumen.

Los grupos de productos escogidos son:

- a) Chorizo corriente en lonchas al corte/chorizo ibérico entero/salchichón ibérico en lonchas envasadas/salchichón corriente entero/morcilla entera/salami en lonchas al corte.
- b) Mortadela en lonchas envasadas/chopped de cerdo, trozo al corte envuelto en celofán.
- c) Salchichas frankfurt envasadas al vacío, light, con jamón, otros sabores.
- d) Jamón york entero en lata/jamón york en lonchas envasadas.
- e) Patés distintos sabores, marcas en lata.
- f) Pechuga de pavo envasada/embutido de pavo, pollo al corte en celofán.
- g) Bacon, en lonchas envasadas/jamón ibérico, trozo al corte/jamón serrano en lonchas envasadas/jamón serrano trozo al corte.

En un primer momento, los criterios de gusto, frescura, tipo de envase, posesión o no de etiqueta, son criterios posibles de agrupación. Posteriormente, van surgiendo otros aspectos, teniendo en cuenta las semejanzas entre los productos. Finalmente se hacen los grupos atendiendo a:

- productos «puros», «naturales» (g),
- embutidos: productos elaborados, fabricados, mezclados con «componentes», distintos a los originales (a),
- productos «fabricados», pero con distinto «sistema» (c),
- productos de contenido «no muy conocido» («que no se sabe lo que hay dentro, puede ser cualquier cosa...») (b),
- casquería: «hígados», patés (c),
- productos que no proceden del cerdo (f).

Los criterios utilizados eran distintos y en ocasiones confusos, aunque en líneas generales pueden resumirse en «procedencia» y «manipulación» a la que se somete el producto.

Los patés, que durante las reuniones de grupo prácticamente no se mencionaron, se clasifican sin mezclarse con otros grupos, no se agrupan ni con fiambres, embutidos, etc., «son patés» (casquería).

VI.9.4. Jóvenes clase media/media alta

Uno de los criterios de selección seguidos por el grupo de jóvenes es el uso de los distintos productos. Pero en este caso, a diferencia de las amas de casa que entendían el uso en el sentido de comprarse/utilizarse o no, los jóvenes emplean el término en el sentido de las distintas modalidades de uso de los productos.

- a) Morcilla entera, chorizo ibérico/chorizo en lonchas al corte/salchichón ibérico, en lonchas envasadas/salchichón corriente entero/salami en lonchas al corte.
 - b) Jamón york entero en lata/jamón york en lonchas envasadas/pechuga de pavo envasada.
 - c) Mortadela en lonchas envasadas/chopped de cerdo, trozo al corte envuelto en celofán/embutido de pavo o pollo, en lonchas al corte en celofán.
 - d) Jamón ibérico, trozo al corte/jamón serrano en lonchas envasadas/jamón serrano, trozo al corte.
 - e) Bacon en lonchas envasadas.
-

- f) Salchichas frankfurt envasadas al vacío: light, con jamón, otros sabores.
- g) Patés, distintos sabores, marcas: en lata, en celofán.

Los criterios seguidos son básicamente: contenido, características y uso:

- salchichas de frankfurt/«los importados»/extranjeros. Son más «atípicos», y no suelen utilizarse como «comida». Su sabor, se supone que será similar (f),
- para «untar» (g),
- forma de fabricación: cocidos (b),
- «Jamón» (d),
- desconocimiento exacto de su procedencia. Para comerlos hay que cocinarlos, freirlos (e),
- mayor contenido en grasas que otros fiambres (c),
- embutidos: características y usos similares (a).

En este caso, se sigue agrupando a «los patés», como grupo autónomo. Son productos aunque de origen animal, no clasificados dentro del grupo de fiambres o embutidos: «son patés» (o foiegrás).

ANEXO

GUIA DE REUNIONES DE GRUPO

- (A) Hábitos y motivos respecto al consumo de los productos alimenticios y a las comidas
 - 1.- Estilo de vida, alimentación en general:
Importancia (rango) de la alimentación en la vida, en comparación con otros aspectos.
 - 2.- Aspectos de la alimentación:
¿Qué es, qué significa la alimentación?
 - 3.- Puntos principales de la alimentación:
Formas/hábitos de comer tradicionales/nuevos (horarios y composición de las comidas en casa/fuera del hogar), papel de las diferentes carnes y elaborados cárnicos.
-

- 4.- Conceptos que puedan influir al consumidor:
¿Valoración, importancia? («Calidad», «saludabilidad», «comodidad», «marca», «placer/buen sabor», etc.).
 - 5.- Concepto de «buena/mala alimentación»:
¿Valoración, contenido?
- (B) Carne y elaborados cárnicos en la alimentación
- 1.- Importancia que se atribuye a la carne y a los elaborados cárnicos en la alimentación:
¿Existen motivos especiales para comer carne/elab. cárnicos; qué papel hacen; si procede: por qué no se comen carne/elab. cárnicos, qué objeciones existen?
 - 2.- Clases de carnes/elab. cárnicos que se conocen:
¿Cómo se distinguen; cuáles son las clases más/menos importantes; cómo se usan?
 - 3.- Criterios que distinguen la carne/los elab. cárnicos de otros portadores de proteínas (pescado, productos lácteos).
 - 4.- Productos nuevos:
¿Se prueban carnes/piezas o elab. cárnicos nuevos si están disponibles?; si no, ¿por qué?
 - 5.- Información:
¿Donde se informa uno sobre la oferta; qué es lo que se observa especialmente y por qué?
 - 6.- Uso:
¿Para qué situación, en qué modalidad, con qué motivo se usan las diferentes carnes/elab. cárnicos?
 - 7.- Criterios para la compra de carne/elab. cárnicos:
¿Compra planificada o espontánea; cómo se deja uno influir por la calidad exterior (color, etc.); se tiene en cuenta la calidad interior (sabor, textura, contenido de hormonas, etc.); se compra por piezas/marcas de más o menos valor; qué importancia tiene el tipo de establecimiento en que se compra, el servicio, la amplitud de la oferta?
 - 8.- Atributos de las actitudes hacia:
-

- * la carne en general
- * elab. cárnicos en general
- * ternera
- * jamón serrano
- * anejo
- * jamón de york
- * vacuno mayor
- * embutidos curados (salchichón, chorizo etc.)
- * cerdo
- * pollo
- * salchichas
- * cordero/cabrito
- * patés
- * conejo
- * embutidos cocidos (mortadela, choped, butifarra, morcilla, etc.)
- * carne congelada
- * carne envasada
- * aves de coral (pavo, codorniz, perdiz)
- * embutidos de pollo, pavo

9.- Consumo futuro:

¿Bajo qué condiciones se aumentaría el consumo de las diferentes carnes y elaborados cárnicos?

BIBLIOGRAFIA

- BESCH, M.; KOCH, S. y MASSERER, A. (1977). *Neue Ansätze in der Konsumforschung bei Lebensmitteln*. Rev. Agrarwirtschaft, n.º 6 (171-181).
- MAPA (1990). *La Alimentación en España 1989*. Madrid.
- MAPA (1991). *El Consumo Alimentario en España 1990*. Madrid.
- ORTEGA MARTÍNEZ, E. (1990). *Manual de Investigación Comercial*. Madrid. Ediciones Pirámide.
- VARIAN, H. L. (1977). *Análisis Microeconómico*. Barcelona: Antoni Bosch.
-