

¿Qué factores motivan y determinan la compra de carne de vacuno con marca de calidad?

W. S. Sepúlveda¹, M. T. Maza¹ y A. Ruiz-Mantecón²

¹Facultad de Veterinaria. Universidad de Zaragoza.

²Estación Agrícola Experimental. CSIC. Finca Marzanas (León)

Con la finalidad de conocer la importancia de distintos factores (sistemas productivos, sociodemográficos, hábitos de compra, estilos de vida, etc.) en la decisión de compra de carne de vacuno con “distintivo de calidad superior” se realizó una encuesta a compradores de carne de vacuno en tres ciudades españolas. Los resultados obtenidos se presentan teniendo en cuenta la clasificación de los compradores en: habituales, ocasionales y no compradores. Los resultados obtenidos permitirán inferir en qué circunstancias un tipo de consumidor perteneciente a cada uno de los grupos formados pase a formar parte de otro, en función de los distintos factores que a priori se han considerado influyentes.

Tras las distintas crisis del sector de carne de vacuno de la última década, conceptos como calidad, trazabilidad, seguridad alimentaria, etc., se han convertido en habituales para los distintos eslabones de la cadena alimentaria (ganaderos, mataderos, carniceros, etc.). Aunque el término calidad es subjetivo y su significado varía en función de quien lo utilice, en el lenguaje coloquial ha significado tradicionalmente “calidad superior”, es decir la bondad o excelencia de un producto, mientras que en un sentido más estricto o técnico se entiende por calidad “aptitud para el uso deseado”.

Así, mientras que los ganaderos, los mataderos y la distribución pueden tener en cuenta las características del producto para evaluar la calidad empleando indicadores más o menos técnicos, el consumidor, empleando señales y experiencias, infiere la calidad sobre los atributos de la car-



ne. Se considera, en general, que en la carne, el color, el precio y la frescura son atributos de búsqueda, ya que pueden ser conocidos antes de la compra, mientras que el sabor y la ternura lo serían de experiencia, por conocerse una vez que se ha consumido.

Existen, además, otros atributos denominados de confianza, que son aquellos que no pueden ser conocidos ni si-

quiera una vez consumido el producto. Entre estos se señalan algunos tales como la producción respetuosa con el medio ambiente o el bienestar animal, la inocuidad o el origen. Se trata de atributos cada vez más importantes para los consumidores y que, por sus características, han de ser garantizados y certificados, convirtiéndose la certificación en un instrumento eficiente para

resolver el problema de la asimetría informativa del consumidor.

Objetivos del estudio

En este trabajo se trata de identificar los factores que más motivan y determinan la compra de carne de vacuno con distintivo de “calidad superior” en España, entendiendo por “distintivo de calidad superior” marcas de garantía,

denominaciones de origen, indicaciones geográficas o cualquier otra que implique un añadido a la obligatoriedad general establecida en la legislación actual. Para ello se analizan variables de tipo socio-demográfico, hábitos de compra de carne de vacuno, estilos de vida de los compradores, actitudes y percepciones hacia la carne de vacuno con "distintivo de calidad superior" y el nivel de importancia dado a los factores de producción, así como al origen.

Características de la encuesta

Los datos utilizados en este trabajo han sido obtenidos de 359 encuestas personales válidas, realizadas a consumidores, compradores de carne, de León (n = 119), Madrid (n = 121) y Zaragoza (n = 119), como ciudades españolas representativas de pequeño, grande y mediano tamaño, respectivamente. La encuesta

fue realizada durante los meses de marzo y abril del año 2007, siendo el muestreo proporcional por rangos de edad. Para un nivel de confianza en los resultados del 95,5%, el error muestral fue del 5,2%.

La encuesta, de tipo cerrado, constaba de 28 preguntas con diferentes tipos de escala de medida en las respuestas. Para valorar el nivel de importancia que los consumidores asignan a una serie de factores de producción y a un conjunto de atributos de calidad tanto de búsqueda como de confianza de la carne de vacuno que podrían influir en el proceso de compra, se empleó una escala de medida ordinal de 1 a 5 donde:

- 1 = ninguna o muy poca importancia.
- 2 = poca importancia.
- 3 = mediana importancia.
- 4 = bastante importancia.
- 5 = mucha importancia.

Para medir las actitudes de los encuestados hacia la carne

con "distintivo de calidad superior" se empleó una escala de Likert con cinco niveles de valoración, mientras que para obtener información acerca de los estilos de vida de los compradores se empleó una escala de valoración discreta de 1 a 5, indicando el 5 el máximo nivel de preocupación respecto a una serie de afirmaciones dadas.

Análisis de los datos

Los 359 encuestados fueron agrupados de acuerdo a sus hábitos de compra de carne de vacuno con distintivo de calidad superior en las tres categorías siguientes: comprador habitual (n = 107), comprador ocasional (n = 153) y no comprador (n = 99).

En los bloques de preguntas en los que los encuestados valoraron el nivel de importancia de factores de producción y de una serie de señales de calidad de búsqueda y de confianza, así como las actitudes

(escala de Likert) y los estilos de vida (escala discreta), se aplicaron respectivamente análisis factoriales con el fin de reducir la información. El método de extracción de factores empleado fue el de Componentes Principales y las puntuaciones factoriales en cada análisis, estimadas mediante el método de regresión, se emplearon para realizar análisis bivariados de comparación de medias.

Del total de personas encuestadas como compradoras de carne, el 71,1% fueron mujeres, con valores no significativamente distintos en los tres grupos de compradores. En el 21,1% de los hogares de las personas encuestadas había niños por debajo de los 14 años. En relación con el nivel de estudios de los encuestados tampoco se encontraron diferencias significativas entre los tres grupos de compradores con valores medios de: 25,3% con nivel de estudios de ESO

CONASPI

Confederación Nacional de Asociaciones de Ganado Vacuno de RAZA PIRENAICA

Una raza autóctona competitiva con las mejores del mundo

EXCELENTE
para el **GANADERO** por su:

RUSTICIDAD y gran adaptación
GRAN RENDIMIENTOS
ENGORDE PRECOZ
GRAN RENTABILIDAD

EXCELENTE
para el **CARNICERO** por:

GRAN RENDIMIENTO CANAL
GRAN PORCENTAJE DE PIEZAS DE CALIDAD

EXCELENTE
para el **CONSUMIDOR** por:

GRAN CALIDAD DE CARNE
ENGORDE DE FORMA TRADICIONAL Y NATURAL
GRAN MAYORÍA AMPARADA EN
"TERNERA DE NAVARRA", "ESUSKAL OKELA"



GANADERO, SI QUIERES ADQUIRIR ANIMALES SELECTOS, ACÉRCATE A NUESTRAS SUBASTAS NACIONALES Y EXPOSICIONES O PONTE EN CONTACTO CON LA CONFEDERACIÓN

¡¡¡ENCONTRARÁS LOS MEJORES ANIMALES TESTADOS POR LA CONFEDERACIÓN!!!

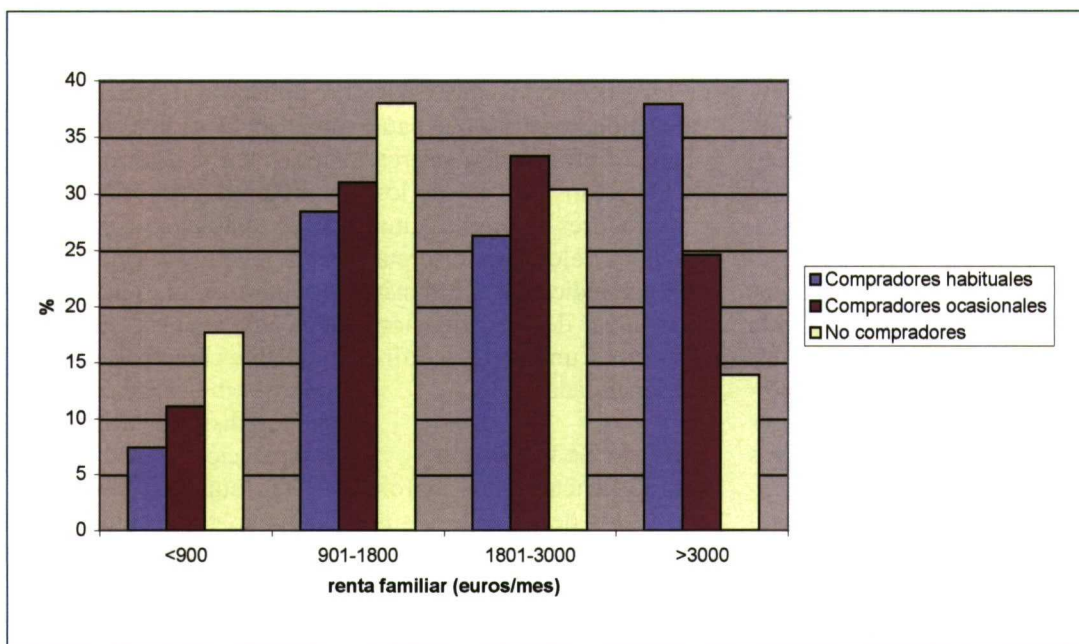


Figura 1. Distribución (%) por ingresos (renta familiar mensual en euros) de cada grupo de compradores de carne con distintivo de calidad superior

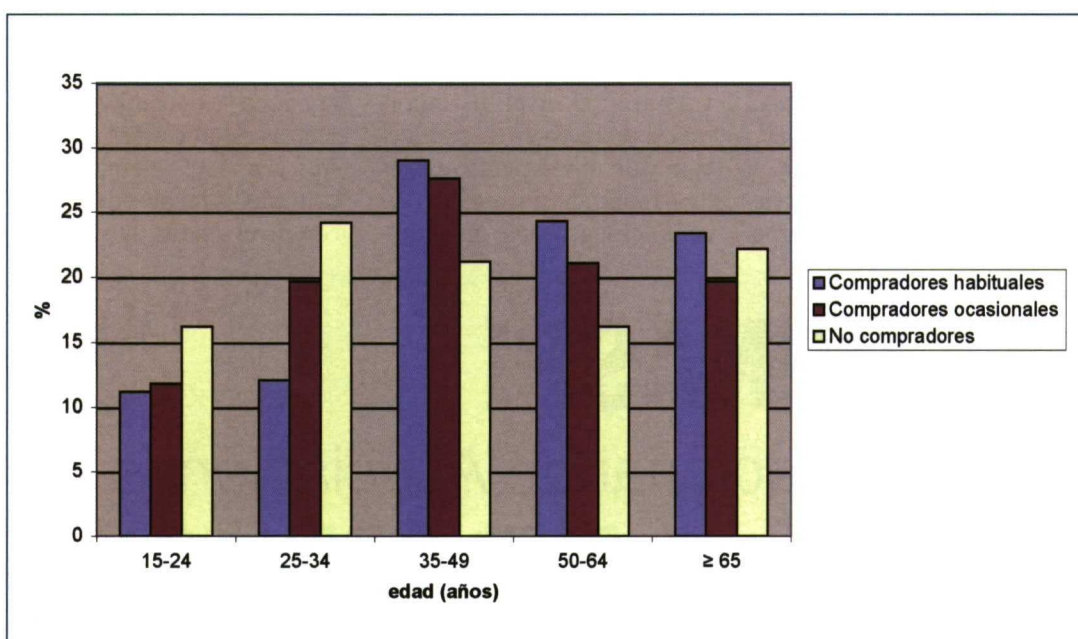


Figura 2. Distribución (%) por edades de cada grupo de compradores de carne con distintivo de calidad superior

o inferior, 27,2% con bachiller o equivalente y el 45,6% con estudios universitarios.

A excepción del nivel de renta, ninguna de las variables sociodemográficas tenidas en cuenta en el estudio presentan una relación de dependencia significativa con la variable “hábito de compra de carne de vacuno con distintivo de calidad”.

Como puede observarse en la **Figura 1**, a niveles de renta más baja prevalecen los no compradores de carne con distintivo de calidad, a niveles

de renta media se encuentran los compradores ocasionales, mientras que en los niveles de renta más alta se ubican los compradores habituales de carne con distintivo de calidad.

En el caso de la edad, las frecuencias más altas de no compradores corresponden a los estratos de edad más jóvenes o al de mayores de 65 años, mientras que las frecuencias mayores de compradores habituales y ocasionales se encuentran en el estrato de 35 y 64 años (**Figura 2**).

En la **Figura 3** se representan los valores de importancia de distintos factores productivos en la decisión de compra de carne de vacuno con distintivo de calidad superior, de acuerdo con los resultados del análisis estadístico realizado. Dentro de los factores de producción, la alimentación del animal y la región de producción u origen se encuentran dentro de los aspectos más valorados por los compradores habituales de carne con distintivo de calidad. A diferencia de la alimentación del ani-

mal, la región de producción es valorada en menor medida por los compradores ocasionales, seguidos por los no compradores. Por lo tanto, la región de producción se muestra decisoria a la hora de establecer las diferencias entre los tres tipos de compradores.

Resultados y discusión

Si bien no vamos a aportar datos sobre lo que diremos a continuación, los resultados y conclusiones derivan de un trabajo más extenso sobre estas mismas encuestas donde se utilizaron metodologías estadísticas complejas.

En términos generales, variables como el nivel de renta y el estilo de vida “vida social”, parecen situarse como las variables que permiten discriminar entre los compradores de carne con distintivo de calidad y los no compradores, pero no entre los dos grupos de compradores de carne con distintivo de calidad. Para discriminar a estos últimos, la frecuencia de compra de carne de vacuno, el lugar frecuente de compra, una mayor valoración de los aspectos productivos y una actitud más positiva hacia la carne con distintivo de calidad como indicador de garantía y tradición, son las variables más significativas que podrían explicar las diferencias existentes entre los compradores habituales y ocasionales de carne con distintivo de calidad.

Proceso de compra

En el proceso de compra, los compradores habituales frente a los no compradores de carne con distintivo de calidad, asignan más importancia a la región de producción como aspecto productivo para obtener una carne de vacuno de calidad, lo que indica, que cuanto más valore un consumidor dicho aspecto de producción, es más probable que compre carne con distintivo de calidad de forma habitual.

FimaGanadera

FIGAN

24-27 / 03 / 2009

ZARAGOZA

SPAIN · ESPAGNE · SPANIEN · ESPAÑA

*International Animal
Production Show*

*Salon International
de l'Élevage*

*Internationale Ausstellung
für Tierzucht und -haltung*

*Feria Internacional para
la Producción Animal*

www.fima-ganadera.es



cesfac



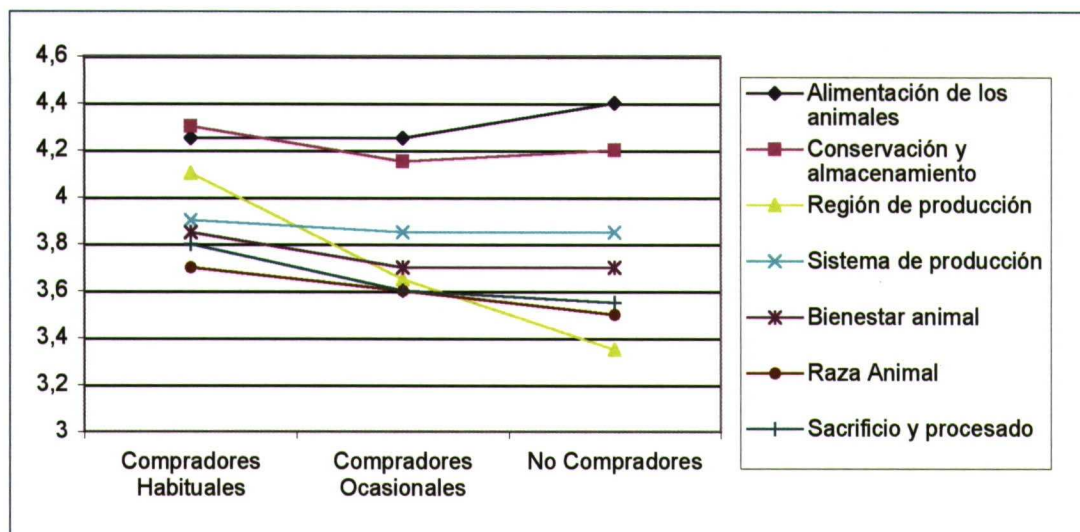


Figura 3. Importancia de los factores productivos en la decisión de compra de carne de vacuno con distintivo de calidad superior para cada grupo de compradores establecido.

Asimismo, el tener una actitud más positiva hacia la carne con distintivo de calidad conlleva que sea considerado un producto tradicional y que ofrece mayores garantías a la hora de consumir.

Por el contrario, en personas con un estilo de vida más marcado por hábitos como el comer fuera del hogar y viajar de manera frecuente, disminuye la probabilidad de que compren carne de vacuno con dichos distintivos de calidad superior. También es importante tener en cuenta que el llevar un estilo de vida más marcado por seguir una “vida sana”, está vinculado positivamente con los compradores habituales.

Por otro lado, resaltar que una mayor confianza depositada sobre atributos de confianza tales como la marca, etiqueta o IGP para informarse sobre la calidad de la carne en el momento de la compra, está más asociada con los compradores habituales de carne con distintivo de calidad mientras que por el contrario, una mayor confianza depositada sobre atributos de calidad de búsqueda de la carne tales como la apreciación directa (color, grasa, nervios, frescura...) y el aspecto del establecimiento, está más vinculada a los no compradores de carne con distintivo de calidad.

Frecuencia de compra

En cuanto a la frecuencia de compra de carne, se detectó en los encuestados, que una frecuencia de compra de una vez a la semana frente a aquellos que lo hacen de manera más esporádica, está más ligada a compradores habituales de carne con distintivo de calidad que a los compradores no habituales. Si se tiene en cuenta que una actitud más positiva hacia el factor seguir una “vida sana” que representa entre otros, consumir con frecuencia frutas y verduras, está vinculada de manera positiva con los compradores habituales y por el contrario, de manera negativa con los compradores ocasionales, esto podría ayudar a explicar el hecho del por qué los compradores ocasionales adquieren carne de manera más esporádica.

Lugar de compra

Respecto al lugar frecuente de compra de carne, los compradores habituales de carne con distintivo de calidad conceden más importancia a las carnicerías como lugar frecuente de compra y bastante menos a los super/hipermercados, mientras que los ocasionales conceden bastante más importancia a los super/hipermercados y menos a las carnicerías. Por tanto, un encuestado que haya compra-

do carne con distintivo de calidad cuyo lugar frecuente de compra sea la carnicería, es más probable de que se trate de un comprador habitual de este tipo de carnes, mientras que si su lugar frecuente son los super/hipermercados es más probable de que se trate de un comprador ocasional.

Un aspecto que resulta muy interesante y es altamente significativo, es la actitud que presentan los dos tipos de compradores hacia el factor “garantía y tradición”. Los compradores habituales tienen una actitud más positiva hacia que la carne con distintivo de calidad sea un producto tradicional y que ofrece mayores garantías a la hora de consumirla, mientras que los compradores ocasionales tienen una actitud menos positiva hacia dicho factor.

Nivel de renta

En las diferencias entre compradores ocasionales y no compradores el nivel de renta ejerce un efecto altamente significativo, en la medida que, los compradores no habituales están más asociados a niveles de renta más altos que los no compradores. En este sentido, un no comprador de carne de vacuno con distintivo de calidad superior es probable que pase a ser un consumidor ocasional si la familia a la que pertenece tiene un nivel

de ingresos medios o altos, si no compra carne con marca de distribuidor, si da importancia a la región de producción y si tiene un estilo de vida más sana y menos social, es decir, marcada por menos viajes y comidas más frecuentes en el hogar. También aumentará la probabilidad de que pase a ser un comprador ocasional en la medida en que dé más importancia a la marca o etiqueta para informarse de la calidad de la carne y menos a los atributos de búsqueda.

Del mismo modo, los compradores ocasionales de carnes con distintivo de calidad superior tienen más probabilidad de convertirse en compradores habituales en la medida en que aumenten la frecuencia de compra, comprenden más frecuentemente en carnicería tradicional, den más importancia a la región de producción como aspecto generador de carne de calidad y considerar los distintivos de calidad superior como indicadores de garantía y salud.

Conclusión

Atendiendo a los resultados obtenidos se puede concluir, que existen diferencias claras entre los compradores habituales de carne con distintivo de calidad, los compradores ocasionales y los no compradores, pero no entre los compradores ocasionales y los no compradores. La importancia dada a la región de producción como señal de calidad de la carne, parece situarse como la variable clave que permite discriminar entre los tres tipos de compradores, lo que indica, que existe una relación clara entre la compra de carne con distintivo de calidad y su origen, ratificando de esta forma, la importancia que posee la certificación como señal de calidad y su relación con los atributos de confianza. ●

*Este trabajo ha sido realizado en colaboración con la empresa Valles del Esla.