

Hábitos de consumo de carne de pollo en Guanajuato, México

Erika Citlalli Sánchez Franco¹
Mercedes Borja Bravo
Fidel Avila Ramos¹

¹División Ciencias de la Vida, Universidad de Guanajuato, Programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Guanajuato, México, C.P. 36500.

Resumen

Para las empresas avícolas resulta indispensable conocer y caracterizar a los consumidores de carne de pollo fresco para mejorar estrategias para cubrir sus necesidades. El objetivo de la investigación es conocer los hábitos del consumidor de pollo fresco en el estado de Guanajuato. Para conocer el tamaño de la población a muestrear se usó la ecuación estadística para proporciones poblacionales con un nivel de confianza del 95% que indicó una muestra de 497 encuestas aplicadas de acuerdo con el porcentaje poblacional de los 46 municipios del Estado. En los resultados se encontró que el 30% de los encuestados prefieren comer carne de pollo, al 55.7% les gusta la carne de pollo y sólo el 19.8% indicó por el precio. El 56.3% de la población de Guanajuato come dos veces por semana pollo y el 68.4% lo prefiere fresco. Se concluye que la carne de pollo es la más agradable para el consumidor debido a su valor nutritivo y lo saludable. Las personas consumen dos veces a la semana carne de pollo, pero no conocen la procedencia del producto en Guanajuato, México.

Palabras clave: Encuesta, mercado, demanda, costumbre, habitantes.

Introducción

En la actualidad, la carne de pollo fresca en México es la más consumida con 30.2 kg anualmente. La carne de pollo es un alimento rico en proteínas, contiene ácidos grasos insaturados y es de bajo costo (Rebollar *et al.*, 2020; Rebollar *et al.*, 2019). Sin embargo, los estudios acerca de los hábitos del consumidor en México son limitados, en el estado de Guanajuato no se tienen registros sobre las características que tienen los consumidores del producto estudiado y para cualquier empresa es indispensable realizar estudios del consumidor para detectar sus necesidades y definir estrategias que ayuden a satisfacerlas para mejorar las técnicas de mercado. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es conocer los hábitos del consumidor de pollo fresco en el Estado de Guanajuato.

Características de la carne de pollo

La carne de pollo es fuente de proteína de alto valor biológico, rica en aminoácidos esenciales, vitamina B, hierro, zinc, fósforo, potasio y minerales (Martínez Jaikel y Mora Ramírez, 2010). Además, aporta ácidos grasos monoinsaturados y ácidos grasos Omega-3 y Omega-6 (Tellez *et al.*, 2016). De esta manera su inclusión en la alimentación va a favorecer un crecimiento y desarrollo adecuado en las etapas tempranas de la vida, así como una regeneración y mantenimiento de la masa muscular en las etapas tardías. Su valor nutricional beneficia a la salud visual, la integridad del sistema nervioso, la producción de glóbulos rojos y la salud de la piel, el pelo y las uñas.

En cuanto a los precios actuales, una mayor demanda de proteína de ave por parte de China ha presionado los precios del pollo en el mercado nacional mexicano, de enero a junio de 2019, el precio del pollo tuvo un incremento del 1.5%, según el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INCP) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). El mercado del pollo en México está resintiendo los efectos de una economía familiar débil, lo cual contribuye a que la demanda de carne de pollo sea mayor, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE), en mayo de 2019, el valor de la carne de pollo aumentó 10 pesos. En el caso de los precios públicos, según la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), reportó que estos ubican a la pechuga sin hueso entre 104.86 y 128 pesos; de 120.86 a 136.50 pesos para el filete; la pierna en un precio de 51.80 a 67.68 pesos; mientras que el pollo entero se encuentra entre 32 y 58 pesos el kilo.

Producción mundial de carne de pollo

La producción de carne de pollo en el mundo creció a una tasa anual de 2.0% en el año de 2018 para llegar al máximo histórico de 95.5 millones de toneladas. Estados Unidos se ubica como el principal productor con 19.3 millones de toneladas producidas, seguido por Brasil y la Unión Europea con una aportación de 13.4 y 12.2 millones de toneladas respectivamente.

Producción de carne de pollo en México

La producción de carne es la segunda actividad más importante en México ubicándose en 3.47 millones de toneladas en el año de 2018. En el año 2019 se produjeron 3 millones 554 mil 041 toneladas de carne de pollo, con un crecimiento de 2.4% comparado con el año 2018. En 2019 la avicultura mexicana aportó el 0.89% en el PIB total, 28.01% en el PIB agropecuario y el 36.6% en el PIB pecuario. Así mismo, la parvada avícola nacional creció en 2019, cerrando en 534 millones de aves.

La Unión Nacional de Avicultores (UNA) indica que en el año de 2019, el estado con mayor producción de carne de pollo fue Veracruz con un aporte de 447 mil toneladas, seguido por Aguascalientes y Querétaro con una producción de 381 mil y 374 mil toneladas respectivamente. Dentro del ranking 5 se posicionaron también los estados de La Laguna y Jalisco que, en conjunto, aportaron más del 50% de la producción nacional de carne de pollo.

Producción de carne de pollo en el estado de Guanajuato

La producción de carne de pollo en el estado de Guanajuato llegó a las 166 mil toneladas ubicando al estado dentro de los primeros 10 estados productores de carne de pollo lo que representa el 5.8% en la producción nacional según los datos de la UNA. Para el año de 2019, según cifras de FIRA, la producción de carne de pollo en el estado fue de 225 mil toneladas, aportando el 6.5% de la producción nacional de ese mismo año.

Consumo mundial de carne de pollo

Los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), menciona que, en el año de 2018 (FIRA, 2019), el consumo mundial de carne de pollo se ubicó en 105 millones de toneladas, teniendo un crecimiento anual de 2.7% durante los últimos 10 años. Según datos de la FAO, el consumo per cápita mundial de carne de pollo ha registrado un incremento del 15% en la última década, actualmente se consume un promedio de 14.2 kilogramos de carne de pollo por persona al año. Entre los principales países consumidores se destacan Estados Unidos con un consumo per cápita de 49 kg anuales por persona, con una demanda de 19.8 millones de toneladas, seguido de Brasil con un consumo per cápita de 40 kg, lo que

sumó un consumo total de 13.6 millones de toneladas en el país. Otro consumidor importante es la Unión Europea, con un consumo total de 12.9 millones de toneladas.

Consumo nacional de carne de pollo

En el año de 2018, el consumo de carne de pollo en México fue de 3.8 millones de toneladas, y la producción de 3.4 millones, lo que representa un déficit de 500 mil toneladas aproximadamente, para complementar este déficit, se ha recurrido a las importaciones, las cuales representan el 14% del consumo nacional.

Según cifras de FIRA y de acuerdo con datos de la FAO, el consumo per cápita de carne de pollo en México es de 28.7 kg al año, por otro lado, la Unión Nacional de Avicultores, menciona que en 2019 se registró un consumo per cápita de 28.59 kg, además de un consumo aparente de pollo de 33.12 kg por habitante al año.

Comercialización de pollo en México

De acuerdo con datos de la Unión Nacional de Avicultores, la comercialización de pollo en México se da de la siguiente manera: 37% se vende como pollo rosticero, mientras que sólo el 9% se vende en mercados públicos y el 3% se vende en supermercados de autoservicio. Un 11% se comercializa por piezas y otro 3% es representante de productos de valor agregado, el resto del pollo se vende vivo.

Hábitos de consumo de carne de pollo

El comportamiento del consumidor implica una serie de actividades, las cuales integran: búsqueda, evaluación, compra, uso y disposición de bienes, con el objetivo de satisfacer alguna necesidad y/o deseo. Actualmente el consumidor se encuentra inmerso en el desarrollo de la sociedad de consumo y aunado al avance de nuevas tecnologías, es él quien decide qué producto va a comprar, cómo, en qué cantidad y dónde lo comprará, todo esto en función a dos factores indispensables, los cuales son, la calidad y el precio. Hoy en día se ha establecido por los consumidores, que la carne de pollo es una de las proteínas de origen animal más saludables (Alvarado *et al.*, 2012).

Por otro lado, Tellez (2016), menciona que la carne de pollo es uno de los alimentos principales debido a que es más barata y a que los consumidores tienen la creencia de que es un alimento sano y seguro. Mayulu (2019), cree que la preferencia del consumidor en la sección de carne de pollo está asociada a los atributos y características que los consumidores le atribuyen, con la creencia de que satisfará sus necesidades.

Materiales y métodos

Materiales

Para coleccionar la información se utilizó la encuesta, la cual representa una de las técnicas más usuales de la investigación cuantitativa, para la recogida de datos. Hoy en día diversos investigadores consideran que las encuestas por Internet ofrecen información de calidad, algunos autores afirman que el uso de la red y encuestas on-line han supuesto una mejora notable en la forma de investigar y han revolucionado las formas antiguas para la recogida de datos, dejándolas obsoletas.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la Ecuación Estadística para Proporciones Poblacionales:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{[z^2(p * q)]}{2}}$$

Donde:

n: Tamaño de muestra (497)

z: Nivel de confianza (95%)

p: Proporción de la población con características deseadas (éxito)

q: Proporción de la población sin características deseadas (fracaso)

e: Nivel de error dispuesto a cometer (5%)

N: Tamaño de la población (5.8 millones de habitantes)

Se utilizó el servidor de Google Drive®, a través de su plataforma Google Forms®, para la creación del formulario, así como para llevar un control en cuanto a las respuestas. Para la difusión de nuestra encuesta y la comodidad de los encuestados recurrimos al uso de las redes sociales tales como Facebook®, Instagram® y WhatsApp®.

Resultados

Se entrevistaron a 497 consumidores de pollo distribuidos en 46 municipios del estado de Guanajuato. Se aplicó una encuesta con preguntas orientadas a conocer los hábitos de consumo en la carne de pollo y se realizaron preguntas sobre la percepción del consumidor sobre esta carne, frecuencia en el consumo, lugar donde compra el producto y calidad.

El 30 % de los encuestados contestados que la carne que más les agrada es la de pollo, 25.6 % la carne de res, 21.5 % la carne de cerdo y 22.9 % les gusta más el pescado. Se cuestionó sobre porque consumen carne de pollo, a lo cual 277 (55.7 %) personas mencionaron que es porque les gusta, 122 (24.5 %) consumidores dijeron que es por su valor nutritivo y el resto de los encuestados por el precio. Para complementar la percepción de los consumidores, se preguntó sobre si consideraban saludable la carne de pollo comparado con otro tipo de carnes, a lo cual el 68.8 % de los consumidores lo considera un producto saludable y el 31.2 % no lo consideran.

A los consumidores se les pregunto sobre cuantas veces a la semana comen pollo, a lo cual el 56.3% menciono que 1 a 2 veces por semana, y este es el consumo más frecuente; sin embargo, el 38.5 % mencionó que de 3 a 5 veces (Figura 1).

Sobre si al consumidor le gusta el pollo congelado o fresco, el 31.6 % contesto que lo prefiere congelado, esto muestra una tendencia de los consumidores a buscar la carne sin congelar porque para ellos es sinónimo de ser fresca (Figura 2). Los encuestados compran el pollo en carnicerías y mercados, principalmente y solo el 28.5% lo compra en supermercados (Figura 3).

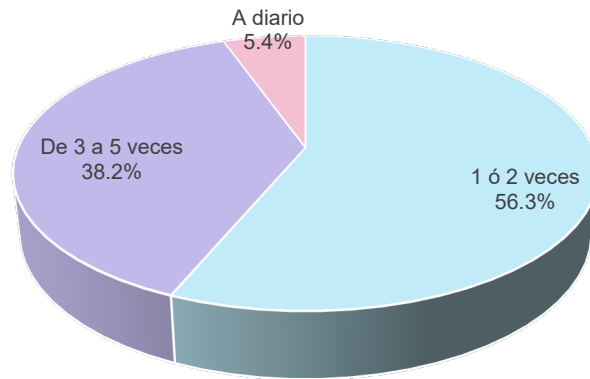


Figura 1. Frecuencia en el consumo de carne de pollo en Guanajuato, México.

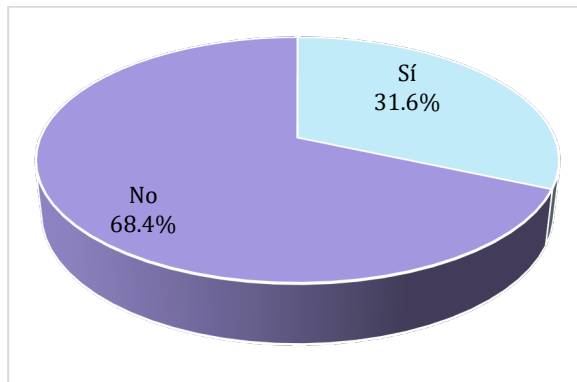


Figura 2. Consumo de pollo congelado.

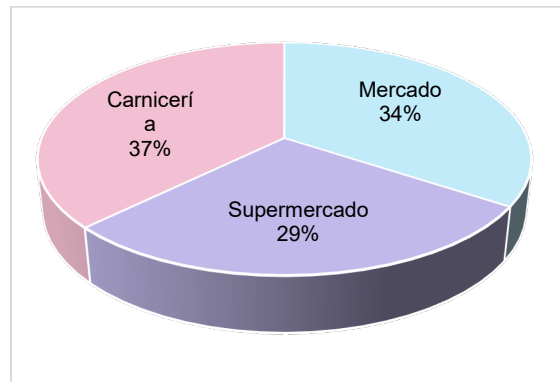


Figura 3. Lugar donde compra el consumidor la carne de pollo.

Se realizaron algunas preguntas a los consumidores para conocer el conocimiento que tienen sobre el producto que consumen. En el Cuadro 1 se observan las preguntas y la frecuencia y porcentaje de encuestados a cada respuesta obtenida. El 61.2 % de los consumidores no tienen conocimiento sobre el lugar del que proviene la carne que compran.

Cuadro 1. Conocimiento de los consumidores sobre la carne de pollo que compra.

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
¿Sabe de dónde proviene el pollo que compra?		
Sí	193	38.8
No	304	61.2
¿El pollo que consume tiene certificación de calidad (TIF)?		
Sí	76	15.3
No	66	13.3
No lo sé	355	71.4
¿Sabe que el pollo es adicionado con hormonas?		
Sí	201	40.4
No	296	59.6

Fuente: elaborado con información obtenida de la encuesta.

En la encuesta se incluyó la pregunta sobre si el consumidor compra carne con certificación de calidad o certificado Tipo Inspección Federal (TIF), a lo cual las respuestas estuvieron orientadas a no saber y solo el 15.3 % (76 personas) mencionaron que si consumen pollo con certificación de calidad. Así mismo, se le preguntó sobre si saben que el pollo es adicionado con hormonas, a lo que el 59.6 % mencionó que no saben al respecto y 40.4 % dijeron que si saben sobre el tema (Cuadro 1).

Finalmente, se les preguntó a los consumidores sobre si consideraban que la oferta de pollo fresco en el mercado es suficiente, por lo que las respuestas a esta pregunta se observan en la Figura 4.

Conclusiones

La carne de pollo es la más agradable para el consumidor debido a su valor nutritivo y lo saludable. Las personas consumen carne de pollo dos veces por semana y prefieren la carne fresca, no conocen la procedencia del producto, pero su disponibilidad es importante para los consumidores en Guanajuato, México.

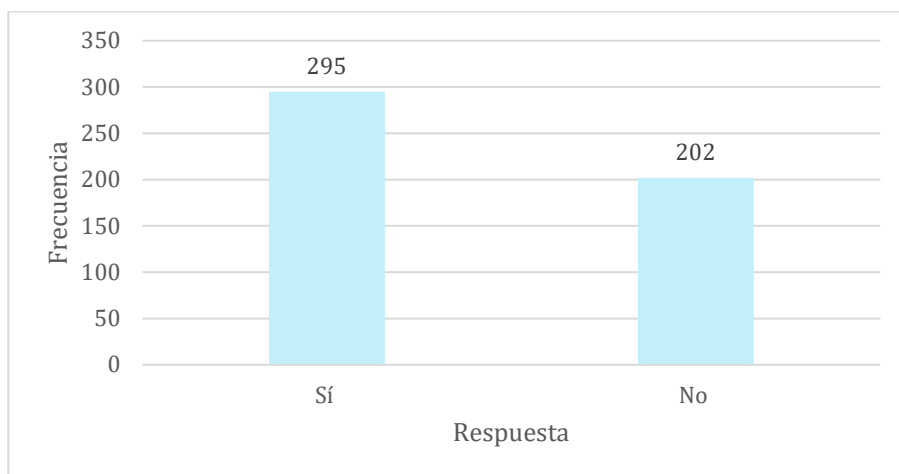


Figura 4. Frecuencia en la respuesta del consumidor sobre si es suficiente la oferta de carne de pollo en el mercado en Guanajuato, México.

Bibliografía

- Alvarado Lagunas, Elías, Luyando Cuevas, José Raúl, & Téllez Delgado, Ricardo. (2012). Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de Monterrey. *Región y sociedad*, 24(54), 175-199.
- Hamdi Mayulu, Arif Rahman, Roosena Yusuf (2019). Consumer's preference of broiler meat attributes in traditional markets. *Hasanuddin Journal Animal Science*, 1 (2), 28-36.
- Martínez Jaikel, Tatiana, & Mora Ramírez, Diana. (2010). Conocimientos y opiniones sobre la carne de pollo de dos comunidades rural-urbana de Costa Rica. *Revista Costarricense de Salud Pública*, 19(1), 03-11.
- Rebollar Rebollar, Eulogio, Rebollar Rebollar, Samuel, & Guzmán Soria, Eugenio. (2019). Determinantes de la oferta de carne de pollo en México. *Panorama Económico*, 27(2), 336-348.
- Rebollar Rebollar, Samuel, Rebollar-Rebollar, Eulogio, & Hernández Martínez, Juvencio. (2020). Análisis de los determinantes de la demanda de carne de pollo en el Centro-Este de México, 1996-2018. *Acta Agrícola y Pecuaria* 6: E0061003 1-8.
- Tellez Delgado, Ricardo, Mora Flores, José Saturnino, & Martínez Damián, Miguel Ángel. (2016). Caracterización del consumidor de carne de pollo en la zona metropolitana del Valle de México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 26(48), 191-209.