

PERSPECTIVAS DE LA CARNE DE CALIDAD DIFERENCIADA DE VACUNO “SERRANA DE TERUEL”: 1. ESTRATEGIAS Y CONDICIONANTES

Olaizola¹, A., Bernués, A²., Blasco, I². y Sanz², A.

¹ Universidad de Zaragoza, Miguel Servet 177, 50013 Zaragoza. olaizola@unizar.es.

² Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Avda. Montañana 930, 50059. Zaragoza.

INTRODUCCIÓN

Las producciones ganaderas en general, y la producción de vacuno de carne en particular, se encuentran sometidas en la actualidad a una compleja situación debido entre otras razones al incremento de los precios de las materias primas y de la energía (Langreo y Benito, 2008). Así mismo, otros factores como la saturación de los mercados, la concentración de la distribución, el estancamiento del consumo, la demanda cada vez más fragmentada y menos consistente, entre otros, generan un entorno crecientemente competitivo para la producción de vacuno de carne. Desde una perspectiva empresarial, la diferenciación del producto mediante una marca de calidad constituye una de las estrategias básicas de marketing. Desde la perspectiva del consumidor, la presencia de una marca de calidad es una de las señales de calidad más importantes para evaluar la calidad de la carne en el momento de la compra (Olaizola et al., 2005).

En el marco de un proyecto de investigación sobre el establecimiento de un programa de caracterización y preservación de una población bovina en peligro de extinción, se ha realizado un análisis prospectivo, según la opinión de expertos (Bernués et al., 2011), de una nueva carne de vacuno con denominación de calidad, llamada “Serrana de Teruel”.

MATERIAL Y MÉTODOS

La información utilizada se ha recogido mediante el método Delphi, un proceso sistemático e iterativo encaminado hacia la obtención de opiniones de un grupo de expertos (Landeta, 2002) y que ha sido ampliamente utilizado (Rowe y Wright, 1999). Los expertos seleccionados deben emitir su opinión, en más de una ocasión, utilizándose habitualmente dos o tres rondas, garantizándose su anonimato y facilitando la interacción o feedback entre ellos. Se seleccionó un panel de 47 expertos del área geográfica de influencia de la raza que incluía representantes de los diferentes eslabones de la cadena desde el productor hasta el consumidor, así como representantes de la administración.

El cuestionario utilizado recogía información sobre la problemática del sector productivo de carne de vacuno, los canales de comercialización, la producción de carne Serrana de Teruel, la calidad de la carne de vacuno, aspectos de la calidad de la carne valorados por el consumidor y estrategias de marketing para el lanzamiento de la carne Serrana de Teruel. Para medir las opiniones se utilizó una escala de Likert (de 1 totalmente en desacuerdo a 5 totalmente de acuerdo) y se realizaron dos rondas de cuestionarios, siendo 38 finalmente los expertos que respondieron en las dos rondas. Para el análisis de la información obtenida se han calculado indicadores estadísticos descriptivos como la mediana, la media ponderada según el grado de conocimiento manifestado por cada experto y la desviación típica.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los resultados pone de manifiesto que algunos de los problemas más importantes a los que se enfrenta el sector de vacuno de carne son la escasa rentabilidad de las explotaciones, la presencia de carne de otros países en los mercados, el poco desarrollo de los canales de comercialización, la falta de continuidad de las explotaciones y el incremento del coste de materias primas. Respecto a las estrategias que puede llevar a cabo el sector para hacer frente a los problemas señalados, la más importante y que mayor grado de consenso se observa entre los distintos eslabones de la cadena es la diferenciación del producto mediante una denominación de calidad (Tabla 1). Así mismo, realizar campañas de información al consumidor, asegurar un producto de calidad más homogénea y realizar un mayor esfuerzo en la promoción del consumo eran de las estrategias más importantes, frente a otras menos importantes como la reducción de costes en las explotaciones o aumentar el nivel productivo en las mismas.

Con relación a los aspectos más importantes de la producción de carne con denominación de calidad “Serrana de Teruel” serían la conservación de los pastos y mantenimiento del

paisaje, los elevados costes de producción, así como su estacionalidad, la escasez de mano de obra y la baja productividad de los rebaños. Mientras que la escasez de recursos pastorales, falta de tradición en el cebo de vacuno y la presencia de otras actividades que puedan desplazar la producción de vacuno de carne, no son consideradas tan importantes.

Respecto a los factores que influyen en la calidad de la carne (Tabla 2), existe un alto grado de consenso entre todos los expertos consultados, siendo la maduración de la carne y la alimentación que recibe el animal los más importantes. Otros aspectos como la duración del periodo de cebo, el manejo en el transporte y en el matadero, la edad del animal, la raza, la castración, la conformación y el grado de engrasamiento de la canal también son considerados como importantes.

Según los expertos, la confianza en el carnicero, la presencia de una marca de calidad, el aspecto del establecimiento y la presencia de una certificación del control de calidad son señales y atributos de la calidad de la carne muy valorados por los consumidores. Además, la ausencia de residuos en la carne, la alimentación que recibe el animal, la no presencia de organismos modificados genéticamente y que la carne no esté envasada serían atributos de calidad más importantes para los consumidores que el bienestar animal, el color claro de la carne y la procedencia o el origen de la carne.

De las opiniones del grupo de expertos se extraen como factores más importantes a tener en cuenta en la creación de un producto cárnico nuevo el establecimiento de una denominación de calidad (estrategia), el uso de pastos (factor de producción), la maduración de la carne (calidad de carne) y la confianza en el carnicero (atributo valorado por consumidor).

Tabla 1. Estrategias para hacer frente a los problemas del sector de vacuno de carne y condicionantes de la producción de carne de Serrana de Teruel*.

	Mediana	Media Ponderada	Mínimo	Máximo	Desv. típica
Estrategias para hacer frente a los problemas					
Diferenciar producto con marca de calidad	5,0	2,69	0,6	5,0	1,17
Realizar campañas información consumidor	4,5	2,64	0,6	5,0	1,08
Asegurar producto calidad más homogénea	4,0	2,63	0,4	5,0	1,16
Mayor esfuerzo promoción del consumo	4,0	2,55	0,6	5,0	1,07
Mejoras técnicas y de manejo en explotaciones	3,5	2,25	0,6	5,0	1,01
Reducir costes mediante sistemas extensivos	3,0	2,14	0,6	5,0	1,11
Aumentar nivel producción explotación	3,0	1,88	0,6	4,0	0,88
Condicionantes de producción					
Conservación de pastos y paisaje	4,0	2,19	0,6	5,0	1,30
Elevados costes de producción	4,0	2,11	0,6	5,0	1,11
Escasez de mano de obra	4,0	1,95	0,4	4,0	1,10
Estacionalidad de la producción	4,0	1,92	0,4	5,0	0,98
Escasa productividad (fertilidad) rebaño	4,0	1,90	0,6	5,0	0,99
Manejo sanitario	3,0	1,95	0,4	5,0	1,16
Manejo de la alimentación	3,0	1,91	0,6	5,0	1,18
Sustitución por otras actividades	3,0	1,79	0,6	5,0	1,11
Falta tradición de cebo en vacuno	3,0	1,71	0,4	4,0	1,03
Escasez de recursos pastorales	3,0	1,70	0,4	5,0	1,06
Dificultad acceso infraestructuras	3,0	1,68	0,4	4,0	0,93
Dificultad acceso pastos comunales	3,0	1,63	0,4	4,0	0,90

* Escala de Likert: 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo.

Tabla 2. Factores que influyen en la calidad de la carne de vacuno y atributos valorados por los consumidores (Escala de Likert).

	Mediana	Media	Mínimo	Máximo	Desv. típica
Atributos de calidad de carne de vacuno					
Maduración de la carne	5,0	3,75	1,8	5,0	0,92
Alimentación que recibe el ternero	5,0	3,08	0,8	5,0	1,03
Duración del periodo de cebo	4,0	4,02	1,2	5,0	0,67
Manejo de los animales en el matadero	4,0	3,49	1,2	5,0	1,22
Manejo durante el transporte al matadero	4,0	3,41	1,6	5,0	0,95
Raza del animal	4,0	3,37	1,8	5,0	0,95
Edad del animal	4,0	3,32	1,8	5,0	0,81
Grado de engrasamiento de la canal	4,0	3,30	1,0	5,0	1,21
Castración del animal	4,0	3,13	0,6	5,0	1,01
Conformación de la canal	4,0	3,00	0,6	5,0	1,27
Atributos de calidad percibidos por consumidores					
Carnicero da seguridad en calidad de carne	4,0	2,71	0,8	5,0	0,78
Marca de calidad	4,0	2,66	0,8	5,0	0,82
Establecimiento influye percepción calidad carne	4,0	2,65	0,8	5,0	0,76
Carne de "pasto"	4,0	2,63	0,8	5,0	0,88
Importante la certificación control calidad	4,0	2,55	0,6	5,0	0,87
Ausencia de residuos	4,0	2,47	0,4	5,0	0,91
Alimentación del animal	4,0	2,46	0,6	5,0	1,01
Alimentación sin OMG	4,0	2,45	0,4	5,0	0,97
Carne no envasada	4,0	2,36	0,6	4,0	0,78
Carne procedente animales jóvenes	4,0	2,31	0,6	4,0	0,84
Un mayor precio	4,0	2,30	0,6	4,0	0,68
Bienestar animal	3,0	2,20	0,4	5,0	0,96
Color claro de la carne de vacuno	3,0	2,18	0,6	4,0	0,87
El origen de la carne	3,0	2,17	0,4	5,0	1,04

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernués A., Olaizola A., Blasco I., Sanz A. 2011. XIV Jornadas sobre Producción Animal. • Landeta J. 2002. El método Delphi. Una técnica de previsión del futuro. Ariel, España, 223pp. • Langreo, A., Benito, I. 2008. Estudio de la cadena de valor de las producciones cárnicas y lácteas de ovino, caprino y bovino de Andalucía. Acción conjunta Innogan, Cádiz, España, 200pp. • Olaizola A. Wehbi, Z., Manrique E. 2005. Quality perception and consumer attitudes to specific quality beef in Aragón, Spain. Spanish Journal of Agricultural Research 3(4), 418-428. • Rowe G., Wright G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis. International Journal of Forecasting and Social Change 15(2), 235-51.

Agradecimientos: El trabajo se enmarca en el Proyecto: INIA PET2007-05-C03-01.

PROSPECTS OF THE BEEF QUALITY DENOMINATION "SERRANA DE TERUEL": 1. STRATEGIES AND LIMITATIONS

ABSTRACT: Beef production is undergoing a difficult situation in Spain due to the rising prices of feeds and energy, among other factors. One of the strategies to face this situation is the differentiation of quality products. In this study we perform a prospective analysis of a novel beef quality product produced by the endangered breed "Serrana de Teruel". A Delphi method was used to identify the main opinions of different stakeholders in terms of i) best strategies of marking, ii) important production factors, iii) quality attributes of a new meat and iv) perception of quality by consumers. The most important factors for each of these areas were: the establishment of a commercial brand, the utilization of pastures and conservation of landscape, the maturation of meat and the figure of the butcher, respectively.

Keywords : beef quality, production, quality attributes, Delphi method