ANÁLISIS DEL CONSUMO Y DE LA IMAGEN DE LA CARNE DE POLLO Y PAVO EN LOS HOGARES CON NIÑOS EN ESPAÑA

Amparo Baviera-Puig^{a*}, Carmen Escribá-Pérez^a, Luis Montero-Vicente^a y Juan Buitrago-Vera^a.

^a Universitat Politècnica de València (Valencia, ambapui@upv.es).

Resumen

Estudios previos muestran que, comercialmente, la carne de pollo tiene un posicionamiento similar al de la carne de pavo. Así, en la mente de los consumidores ambas son percibidas como carnes saludables y bajas en grasa. Debido a estas características, su consumo es ideal para los niños. Sin embargo, apenas existen investigaciones sobre el consumo y la imagen de ambas carnes en las familias con niños. El objetivo es doble: i) analizar el consumo de carne de pollo y pavo en hogares con niños (menores de 18 años); ii) analizar la imagen de la carne de pollo y pavo en los hogares con niños para comprobar si existen diferencias.

Para ello, realizamos una encuesta telefónica con un error de $\pm 4,0\%$ a un nivel de confianza del 95,5% en España. Obtenemos que la carne de pavo fresca y los elaborados de pollo y pavo se compran con más frecuencia en los hogares con niños. Si analizamos la imagen de ambas carnes en los hogares con niños con respecto a varios ítems, en todos los ítems la valoración del pollo es mayor excepto en "Es una carne sana y saludable", "Es una carne de alta calidad" y "Es digestiva, no pesada".

Palabras clave: hábitos de compra, hábitos de consumo, frecuencia de compra, imagen.

1. Introducción

La carne es una fuente importante de proteínas, aminoácidos esenciales, vitaminas del grupo B, minerales y otros compuestos bioactivos (Martini et al., 2019). El consumo de carne es muy recomendable, ya que favorece el desarrollo de las funciones corporales y cognitivas en niños y adolescentes, así como en bebés (Cofnas, 2019; Tang et al., 2018). Específicamente, el pollo y el pavo se recomiendan por sus propiedades nutricionales y dietéticas, ya que son más ligeros que otras carnes (Pereira y Vicente, 2013).

Estudios previos muestran que, comercialmente, la carne de pollo tiene un posicionamiento similar al de la carne de pavo (Baviera-Puig et al., 2021; Montero-Vicente et al., 2018). En la mente de los consumidores, ambos tipos son percibidos como carnes saludables y bajas en grasa. Debido a estas características, su consumo es ideal para los niños. Sin embargo, apenas existen investigaciones sobre el consumo y la imagen de ambas carnes en las familias con niños.

El objetivo del presente artículo es doble: i) analizar los hábitos de consumo y compra de las carnes de pollo y pavo por parte de los hogares con niños, ya que ambos tipos de carne son más saludables que otros; y ii) analizar la imagen de la carne de pollo y pavo en el total de la muestra y en los hogares con niños para comprobar si existen diferencias entre ellos.

2. Metodología

Se realizó una encuesta telefónica en España peninsular, es decir, en toda la península, excluyendo Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla. La entrevista fue telefónica y se realizó mediante un sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview), es decir, asistida por ordenador, y un cuestionario estructurado. Los números de teléfono se seleccionaron al azar de las guías telefónicas públicas. Las entrevistas duraron aproximadamente 12 minutos. No hubo ningún tipo de compensación para los entrevistados.

El tamaño de la muestra fue de 625 entrevistas, para un error de $\pm 4,0\%$ y un nivel de confianza del 95,5%. El error fue inferior al límite deseable del 4% indicado por Cea (2010) en la investigación social. El perfil del consumidor seleccionado es el de la persona que se encarga de la compra de alimentos o comparte esta responsabilidad en los hogares donde se consume carne de pollo y pavo, aunque sea de forma esporádica. La edad de los entrevistados osciló entre los 18 y los 75 años.

Una vez conseguidos los datos, calculamos tabulaciones cruzadas para diferenciar los distintos tipos de hogares analizados. Comparamos el total de la muestra y los hogares con y sin hijos menores de 18 años. También distinguimos entre carne fresca y elaborada. Se utilizó el test de la ji cuadrado como prueba estadística de significación. La escala utilizada para medir la imagen es propuesta por los propios autores a partir de las escalas utilizadas en otros trabajos, tales como, Montero-Vicente et al. (2018).

3. Resultados

3.1. Análisis de la frecuencia de consumo y de compra

Al analizar la frecuencia de consumo, sólo encontramos diferencias significativas entre los hogares con y sin hijos menores de 18 años para la carne de pavo elaborada (Cuadro 1).

Cuadro 1. Consumo de elaborados de pavo en función de si viven menores de 18 años o no

Frecuencia de consumo	Total		Viven menores de 18 años en el hogar			
			Si		No	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Una vez a la semana o más frecuentemente	246	58,85	71	49,65	175	63,64
Cada dos semanas	75	17,94	34	23,78	41	14,91
Una vez al mes	53	12,68	24	16,78	29	10,55
Una vez cada dos meses	24	5,74	6	4,20	18	6,55
Menos de una vez cada dos meses	14	3,35	7	4,90	7	2,55
Nunca	6	1,44	1	0,70	5	1,82
Total	418	100,00	143	100,00	275	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 13,4125 (p = 0,0198)

Fuente: Elaboración propia

Al analizar la frecuencia de compra, obtenemos diferencias significativas en función de si viven menores de 18 años o no para la carne fresca de pavo (Cuadro 2), los elaborados de pavo (Cuadro 3) y los elaborados de pollo (Cuadro 4). En los 3 casos, se compran con más frecuencia en los hogares donde hay menores.

Cuadro 2. Frecuencia de compra de carne fresca de pavo en función de si viven menores de 18 años o no

Frecuencia de compra	Total		Viven menores de 18 años en el hogar			
			Si		No	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Una vez a la semana o más frecuentemente	234	37,44	82	44,32	152	34,55
Cada dos semanas	90	14,40	25	13,51	65	14,77
Una vez al mes	75	12,00	28	15,14	47	10,68
Una vez cada dos meses	35	5,60	9	4,86	26	5,91
Menos de una vez cada dos meses	38	6,08	9	4,86	29	6,59
Nunca	153	24,48	32	17,30	121	27,50
Total	625	100,00	185	100,00	440	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 12,0522 (p = 0,0341)

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3. Frecuencia de compra de elaborados de pavo en función de si viven menores de 18 años o no

Frecuencia de compra	Total		Viven menores de 18 años en el hogar			
			Si		No	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Una vez a la semana o más frecuentemente	207	33,12	69	37,30	138	31,36
Cada dos semanas	93	14,88	30	16,22	63	14,32
Una vez al mes	76	12,16	33	17,84	43	9,77
Una vez cada dos meses	21	3,36	5	2,70	16	3,64
Menos de una vez cada dos meses	22	3,52	7	3,78	15	3,41
Nunca	206	32,96	41	22,16	165	37,50
Total	625	100,00	185	100,00	440	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 18,3522 (p = 0,0025)

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Frecuencia de compra de elaborados de pollo en función de si viven menores de 18 años o no

Frecuencia de compra	Total		Viven menores de 18 años en el hogar			
			Si		No	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Una vez a la semana o más frecuentemente	177	28,32	68	36,76	109	24,77
Cada dos semanas	87	13,92	37	20,00	50	11,36
Una vez al mes	74	11,84	27	14,59	47	10,68
Una vez cada dos meses	19	3,04	8	4,32	11	2,50
Menos de una vez cada dos meses	20	3,20	7	3,78	13	2,95
Nunca	248	39,68	38	20,54	210	47,73
Total	625	100,00	185	100,00	440	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 41,2329 (p = 0,0000)

Fuente: Elaboración propia

3.2. Análisis de la imagen

Si analizamos la imagen de ambas carnes en el total de la muestra y en los hogares con menores de 18 años respecto a varios ítems, obtenemos resultados similares (Cuadro 5). En todos los ítems, la valoración del pollo es superior, excepto en "Es una carne sana y saludable" y "Es una carne de alta calidad".

La única diferencia entre ambos grupos es el ítem "Es digestiva, no es pesada". En el total de la muestra, el pollo (83,84%) tiene una mayor valoración que la carne de pavo (81,44%), mientras que en los hogares con menores de 18 años el pavo (87,03%) obtiene una mayor valoración que la carne de pollo (83,24%). Aunque el patrón es diferente, los porcentajes son muy similares.

El pollo destaca en los siguientes ítems: "Se encuentra fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras", "Tiene una buena relación calidad-precio", "Es una carne sabrosa", "Es una carne fácil y rápida de cocinar", "Se puede preparar de muchas maneras" y "Es una carne con un precio atractivo, económico".

Cuadro 5. *Imagen de la carne de pollo y pavo (%)*

Variable	Muestra total		Hogares con niños menores de 18 años	
	Pavo	Pollo	Pavo	Pollo
Es una carne sana y saludable	87,84	79,36	91,35	75,68
Se encuentra fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras	67,84	99,52	69,19	99,46
Tiene una buena relación calidad - precio	66,08	93,76	68,11	94,05
Es una carne sabrosa	55,36	87,20	62,16	83,78
Es una carne fácil y rápida de cocinar	79,04	96,32	87,03	95,14
Es una carne de alta calidad	78,88	77,76	79,46	73,51
Se puede preparar de muchas maneras	71,84	98,72	77,30	99,46
Es digestiva, no es pesada	81,44	83,84	87,03	83,24
Es una carne con precio atractivo, económico	58,56	94,56	57,84	95,14

Las variables con valores más altos aparecen en negrita.

Fuente: *Elaboración propia*

4. Conclusiones

Podemos concluir que existen diferencias entre los hogares con y sin hijos menores de 18 años en los hábitos de consumo y de compra de carne de pollo y pavo. A pesar de tener un posicionamiento similar en la mente de los consumidores, existen diferencias significativas en la frecuencia de consumo y de compra entre ambos tipos de carne (diferenciando entre carne fresca y elaborados).

En cambio, no hay diferencias en la imagen de ambas carnes entre el total de la muestra y los hogares con hijos menores de 18 años. Gracias al análisis de la imagen, vemos que ambas carnes se perciben como sanas y saludables, pero la de pollo se relaciona con ser una carne más arraigada y con usos más prácticos.

Agradecimientos

Esta investigación ha sido financiada por la Generalitat Valenciana (Valencia, España) con la subvención [AICO/2017/066] (Proyecto "Sostenibilidad de la cadena de valor alimentaria: De la producción al consumo responsable").

Bibliografía

- Baviera-Puig, A., Montero-Vicente, L., Escribá-Pérez, C., y Buitrago-Vera, J. (2021). "Analysis of chicken and turkey meat consumption by segmentation of Spanish consumers using food-related lifestyle". *Spanish Journal of Agricultural Research*, 19(1), e0101. <https://doi.org/10.5424/sjar/2021191-16419>
- Cea, M. A. (2010). *Métodos de Encuesta. Teoría y Práctica, Errores y Mejora*. Síntesis, S.A., Madrid.
- Cofnas, N. (2019). "Is vegetarianism healthy for children?" *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 59(13), 2052–2060. <https://doi.org/10.1080/10408398.2018.1437024>
- Martini, S., Conte, A., y Tagliazucchi, D. (2019). "Comparative peptidomic profile and bioactivities of cooked beef, pork, chicken and turkey meat after in vitro gastro-intestinal digestion". *Journal of Proteomics*, 208, 103500. <https://doi.org/10.1016/j.jprot.2019.103500>
- Montero-Vicente, L., Escribá-Pérez, C., Baviera-Puig, A., y Buitrago-Vera, J. (2018). "Analysis of the commercial value of rabbit meat based on positioning of the different types of fresh meat". *Spanish Journal of Agricultural Research*, 16(3), e0110. <https://doi.org/10.5424/sjar/2018163-13407>
- Pereira, P. M. de C. C., y Vicente, A. F. dos R. B. (2013). "Meat nutritional composition and nutritive role in the human diet". *Meat Science*, 93(3), 586–592. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2012.09.018>
- Tang, M., Hendricks, A. E., y Krebs, N. F. (2018). "A meat- or dairy-based complementary diet leads to distinct growth patterns in formula-fed infants: a randomized controlled trial". *The American Journal of Clinical Nutrition*, 107(5), 734–742. <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqy038>