

Precio, color, origen y ética influyen a la hora de comprar carne

El color, la textura, el sabor e incluso los aspectos éticos relacionados con la venta de carne y derivados cárnicos, como el bienestar animal antes del sacrificio, pueden impulsar su compra entre los consumidores. Un estudio, publicado en *Meat Science*, ha recogido los factores psicológicos y sensoriales que influyen a la hora de comprar estos productos. El precio y el origen de la carne también promueven la compra.

SINC / IRTA

21/1/2015 08:46 CEST



El proceso de decisión de la compra de carne va más allá de la calidad de este producto. / SINC

Comprar o no un producto depende en muchas ocasiones de la percepción del consumidor sobre ese bien. Con la carne y los derivados cárnicos ocurre lo mismo: están sujetos a la conducta del comprador. Investigadores del IRTA han analizado los principales factores que condicionan este comportamiento para entender cómo se generan las expectativas de consumo y qué variables ha de considerar la industria para satisfacerlas.

Así, entre los factores que influyen en la compra de la carne están los psicológicos, conocimientos y actitudes creados a partir de experiencias propias o de la cultura. Entre ellos destacan los aspectos éticos como el bienestar de los animales o la seguridad alimentaria (la crisis de las vacas locas, la fiebre porcina, o la salmonella, entre otros) que pueden impulsar o desestimar la compra de determinados tipos de carne.

Otra aproximación a los productos cárnicos es el factor sensorial y cómo las propiedades específicas del producto se adaptan a las expectativas del mercado. "En este caso entran en juego aspectos visuales como el color o la cantidad de grasa intramuscular, la textura o el gusto, que son cualidades que se aceptan de distinta forma según los hábitos de consumo de cada zona o cultura", dicen Maria Font i Furnols y Luis Guerrero, autores del estudio e investigadores del IRTA.

Aspectos como el color, la cantidad de grasa o el sabor se aceptan de distinta forma según cada zona o cultura

El trabajo, publicado en la revista [Meat Science](#), recoge los resultados de otros estudios que demuestran que, según el país, los consumidores prefieren la ternera de color rojo, morado o marrón. "El color de la carne, así como otras propiedades sensoriales, pueden variar según factores de producción tales como la alimentación, las condiciones del animal antes del sacrificio o el almacenaje y la conservación de la canal", apuntan Font i Furnols y Guerrero. Por esta razón, "la industria –añaden– tiene que conocer las preferencias de cada mercado para garantizar una producción dirigida a los gustos predominantes".

La estrategia del precio

El estudio también analiza la importancia del marketing en la elección del producto. Una de las estrategias más destacadas es el precio y lo que el consumidor está dispuesto a pagar por lo que se ofrece. "Así, una ternera de bajo coste se asociará a una calidad pobre, pero puede ser un aliciente de compra en mercados en los que el factor económico sea un valor

predominante", apuntan los investigadores.

Las etiquetas y los certificados también son elementos de información importante que el consumidor tiene en cuenta para escoger un producto. Un sello que garantice el origen local de la carne suele asociarse a un producto más fresco, y en consecuencia, de mejor calidad. Pero el consumidor también puede priorizar su elección cuando los productos llevan certificados *halal* o de producción ecológica.

Los autores concluyen que el proceso de decisión de la compra de carne va más allá de la calidad del producto. La industria tiene que conocer esos factores de decisión para crear estrategias que favorezcan actitudes positivas de los consumidores, al tiempo que aporten interés al producto desde puntos de vista tan distintos como el valor nutricional, la salud o el medio ambiente.

Referencia bibliográfica:

Maria Font-i-Furnols, Luis Guerrero. "Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview" *Meat Science* 98(3): 361-371 Noviembre de 2014
doi:10.1016/j.meatsci.2014.06.025

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

CARNE | CONSUMIDOR | FACTORES | COMPRA | COLOR | SABOR | BIENESTAR ANIMAL |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)

