







Percepción del bienestar animal del consumidor de productos cárnicos

Carrasco-García, Apolo A. ; Rendón-Menéndez, Marialí; Hernández-Cruz, Bertha C.* ; Ahuja-Aguirre, Concepción ; Paredes-Ramos, Pedro ; López de Buen Lorena ; Montiel-Palacios, Felipe 

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia. Universidad Veracruzana. Circunvalación S/N Esq. Yáñez, Unidad Veracruzana. C.P. 91710. Veracruz, Veracruz, México.

* Autor de correspondencia: behernandez@uv.mx

Problema

A nivel global ha aumentado el interés de los consumidores de productos cárnicos por conocer las condiciones en las que se crían y matan los animales destinados a producirlos, tanto por cuestiones éticas como por cuestiones de sostenibilidad y de inocuidad de los alimentos. Este interés ha surgido a partir de experiencias vividas principalmente en países europeos, mismas que generaron cambios importantes en el cuidado y manejo de estos animales para garantizar la calidad de los alimentos para consumo humano. Esto ha llevado a que se ejerza mayor presión sobre los productores para que mejoren las condiciones de vida de los animales, principalmente en sistemas intensivos, por la vinculación que existe entre su bienestar y la inocuidad de los alimentos que producen, pues es ampliamente sabido que la calidad de la carne está relacionada con el manejo y cuidado que reciben los animales, es decir, con la condición de bienestar en que viven.

El bienestar animal es responsabilidad del productor, de quienes transportan y manejan a los animales, comercializadores, médicos veterinarios e incluso los consumidores. En países desarrollados los consumidores han reconocido la importancia del bienestar animal en la calidad del producto, a diferencia de los países latinoamericanos, en donde la consideración del bienestar animal en la producción de alimentos es un concepto relativamente nuevo tanto para los consumidores como los productores.

En México, a partir de los últimos 10 años se ha desarrollado una creciente preocupación por la producción animal intensiva y el bienestar animal, gracias al aumento en las evidencias científicas sobre cognición, estados mentales y emocionales en los animales, a preocupaciones sobre seguridad alimentaria, a escándalos de abuso animal, al acceso a redes sociales que construyen una moral globalizada y a los fuertes lazos de las personas con animales de compañía. Por lo anterior, conocer el concepto de bienestar animal y su

Cómo citar: Carrasco-García, A. A., Rendón-Menéndez, M., Hernández-Cruz, B. C., Ahuja-Aguirre, C., Paredes-Ramos, P., López de Buen, L., & Montiel-Palacios, F. (2024). Percepción del bienestar animal del consumidor de productos cárnicos. *Agro-Divulgación*, 4(5). <https://doi.org/10.54767/ad.v4i5.374>

Editores académicos: Dra. Ma. de Lourdes C. Arévalo Galarza y Dr. Jorge Cadena Iñiguez.

Publicado en línea: Octubre 2024.

Agro-Divulgación, 4(5). Septiembre- Octubre. 2024. pp: 63-65.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International



importancia para un consumidor de productos de origen animal debe ser elemental, pues a mejor manejo y trato de los animales, mejor será la calidad de los productos obtenidos y consumidos.

Solución planteada

Es necesario identificar si el consumidor tiene conocimiento sobre el bienestar animal y saber si éste repercute en su elección de los productos de origen animal que adquiere para su consumo, así como su disposición a pagar más por los productos que garanticen que durante su proceso de producción se consideraron ciertos estándares de bienestar animal. Para conocer esto, en la zona centro del estado de Veracruz se aplicó una encuesta de veinte preguntas en la que se consideraron aspectos sociodemográficos y de interés de los consumidores sobre el bienestar de los animales utilizados para la producción de carne y embutidos y cómo éstos influyen en su decisión de compra. La encuesta se creó en la plataforma Google Workspace y se distribuyó a través de redes sociales, correo electrónico, Messenger y WhatsApp.

El número de personas que respondieron el cuestionario fue 174, la mayoría residentes de las ciudades de Veracruz (71%), Xalapa (5%), Boca del Río (5%) y otras ciudades (19%) del estado de Veracruz. De los participantes, 66% fueron mujeres y 34% hombre, y en general el rango de edad de la mayoría fue de 21 a 40 años (64%).

La carne más consumida por los encuestados fue pollo (55%), seguida por res (50%), cerdo (39%) y embutidos. Sin embargo, la frecuencia semanal de consumo de carne fue mayor para los embutidos (1 a 6 veces), seguida por el pollo (1 a 4 veces), res (1 a 3 veces) y cerdo (1 a 2 veces). Se identificó que los consumidores compran la carne principalmente en supermercados (51%), carnicerías (38%), boutiques de carnes (9%) y otras tiendas (2%).

Con respecto al bienestar animal, 86% de los encuestados consideraron relevante el que los animales de los cuales se obtuvieron los productos consumidos se hayan encontrado en condiciones apropiadas de bienestar. En cuanto a lo que los encuestados consideraron más importante para mantener el bienestar de los animales antes de la matanza, la salud ocupó el primer lugar (88%), seguida por el manejo (50%) y el medio ambiente en el que se crían (20%).

Al preguntarles sobre el origen de los productos, 53% de los encuestados mencionó estar dispuesto a pagar un sobreprecio si el producto tiene etiqueta oficial que indique si proviene de un rancho o rastro certificado en bienestar animal, mientras que 10% no lo pagarían. En cuanto al sobreprecio que estarían dispuestos a pagar, la mitad de los encuestados respondió que 5% y la otra mitad alrededor de 20%.

Finalmente, 99% de los encuestados indicó que sí están de acuerdo en que se considere el bienestar animal en la cadena de producción de alimentos, sin embargo, sólo 13% de ellos tiene noción sobre el manejo adecuado de los animales o las cinco libertades. También, la mayoría de los encuestados (97%) indicó que el contar con información de cómo se produce la carne consumida podría influir en la decisión de compra de un producto. Por lo tanto, los resultados muestran que los consumidores de productos cárnicos encuestados se interesan en el bienestar animal, pero que es mínima la información que poseen sobre el tema.

Innovaciones, impactos e indicadores

Nivel de Innovación	Descripción	Transferido	Impacto		Indicador General de Políticas Públicas	Indicadores Específicos	Subindicador
			Sector	Ámbito			
Incremental	Busca mejorar los sistemas que ya existen haciéndolos mejores, más eficientes, más baratos, etc.	Asociaciones de productores Productores independientes	Primario: Agricultura, Ganadería, Pesca, Explotación forestal, Minería	Social Económico Ambiental	Ciencia y Tecnología Económico Educación	Competitividad Recursos Humanos Comercio	Número de tesis Número de egresados (Lic. M.C., D.C.) Número de publicaciones
Procesos	Implementación de una nueva o significativa mejora de un método de producción o de suministro	Poblaciones en particular	Cuaternario: Servicios basados en el conocimiento que prestan industrias de las Tecnologías de Información y comunicación, de consultoría empresarial, de planificación financiera, de informática y de investigación científica.		Responsabilidad Ambiental Salud Pública	Capacitación opciones anteriores	Transferencias tecnológicas Aplicación de técnicas y conocimientos tecnológicos para el desarrollo social y económico
Servicios	Cambia el concepto de un servicio, canal de interacción con el cliente, sistema de prestación de servicios, o conceptos tecnológicos que, de forma individual, pero muy posiblemente en combinación, conduce a una o más funciones renovadas o totalmente nuevas de servicio		Procesos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I)				

