

# ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE CARNE EN MÉXICO

**SANDY HUERTA SANABRIA**



# INTRODUCCION

- En general el comportamiento de los consumidores, es influenciado por factores endógenos y exógenos al individuo. Las motivaciones de compra cambian constantemente debido a las variables que influyen en su decisión. La situación económica, cultural, social y psicológica, son factores que siguen determinando el comportamiento del consumo de carne en México, debido a las tradiciones gastronómicas y al desarrollo económico urbano.
- Conocer la tendencia en el consumo de carne es necesario para satisfacer efectivamente las necesidades de los consumidores. Principalmente por las dos épocas que causan estacionalidad en la producción de cárnicos: la cuaresma y la navidad.
- Esta investigación pretende medir el comportamiento del consumidor, pues al analizar la interacción de las variables que modifican dicho comportamiento podremos entender las razones de las nuevas tendencias de consumo en los diferentes tipos de cárnicos.

## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Según Arellano, R. (2002), el comportamiento del consumidor es “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”,

De acuerdo a lo anterior, el comportamiento del consumidor sólo puede explicarse convenientemente si se identifica y se mide el conjunto de las condiciones psicológicas, sociales y culturales que influyen y determinan el mismo.



## De Juan (2004)

La demanda de carne esta influenciada por las condiciones económicas de la población y se encuentra determinada por los ingresos disponibles; ya que el consumo de la carne es afectada directamente por cambios en el ingreso.

*La cultura, edad, ocupación percepciones y preferencias del individuo determinan su consumo.*



# Justificación de la investigación

Conocer las nuevas tendencias del consumidor nacional de carne, permitirá a productores, distribuidores y demás agentes de la cadena comercial prever situaciones futuras del mercado de cárnicos.

En el caso de los productores, el análisis de las tendencias en el consumo de carne, generaría información que puede ser utilizada para planificar la producción y mejorar la calidad de la carne. De esta manera se podría satisfacer la demanda de cárnicos acorde a gustos y preferencias de los consumidores mexicanos.



# OBJETIVOS

## ➤ Objetivo General

- Analizar el comportamiento y tendencia en el consumo de carne en México midiendo y analizando la interacción de las variables económicas, psicológicas, sociales y culturales que determinan el consumo de cárnicos.

## ➤ Objetivos Específicos

- Analizar la asociación que existe entre los patrones de consumo de cárnicos y el desarrollo socioeconómico de las familias mexicanas.
- Evaluar la relación que tiene la dimensión de los derechos sociales (*educación, servicios de salud, seguridad social, servicios básicos de vivienda*) y la dimensión del bienestar económico (*ingreso en los hogares*) de los consumidores de cárnicos, con su decisión de compra.
- Analizar la tendencia de gustos y preferencias del consumo de carne en México.

# HIPOTESIS

- ✓ **El desarrollo económico urbano y las tradiciones gastronómicas son factores determinantes en el consumo de carne en México.**
- ✓ **Las carencias sociales y de ingreso de los consumidores de cárnicos están estrechamente relacionadas con el tipo y la cantidad de carne que acostumbran a consumir.**
- ✓ **El mayor acceso a los derechos sociales permite a los consumidores de cárnicos invertir en una mayor ingesta de proteínas de origen animal.**
- ✓ **Conocer la nueva tendencia del comportamiento del consumidor es necesario para establecer efectivas estrategias en el mercado nacional de cárnicos.**

# METODOLOGIA

- El presente estudio es de tipo cualitativo y exploratorio, su intención es analizar los efectos de las variables económicas, psicológicas, sociales y culturales en el consumo de cárnicos. Esto nos permitirá identificar las principales causas de disminución en el consumo de dichos productos.
- Se encuestaron a 420 consumidores de carne en 14 estados de la Republica de forma aleatoria, para así poder analizar el desarrollo cualitativo de la tendencia en el consumo de cárnicos.
- La encuesta incluye 43 preguntas cerradas para reducir el sesgo del encuestador, además de comparar y cuantificar respuestas individuales, este tipo de preguntas facilita el registro y análisis de la información.



# Procesamiento de información

- Para el análisis de la información obtenida se utilizó el paquete estadístico SPSS. Esto permitió ordenar los datos y organizarlos en patrones, categorías y unidades descriptivas.
- Lo anterior ayudó a captar los factores psicológicos, sociales y económicos actuales que determinan la tendencia en el consumo de cárnicos.
- Cabe señalar que los métodos de investigación empírica son necesarios para descubrir las llamadas «señales débiles» de los próximos cambios en el comportamiento del consumidor.

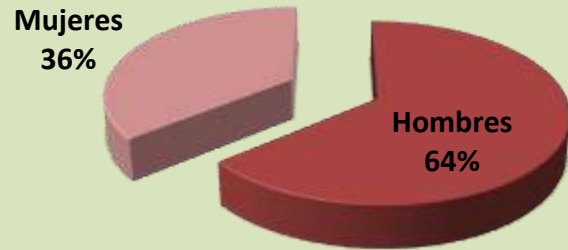


# **Variables analizadas para conocer la nueva tendencia del consumidor de carne en México**

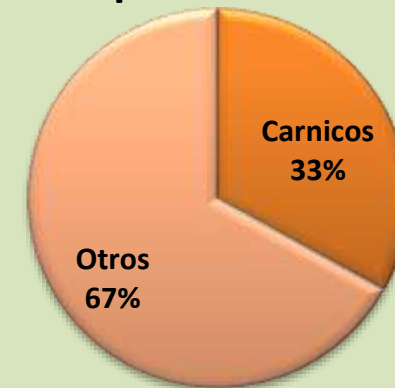
- **Cultura del consumidor**
- **Edad**
- **Ocupación**
- **Percepción**
- **Preferencias**
- **Ingresos**
- **Derechos sociales (educación, servicios de salud, seguridad social, servicios básicos de vivienda )**
- **Bienestar económico (Ingreso)**

# Resultados preliminares de la investigación

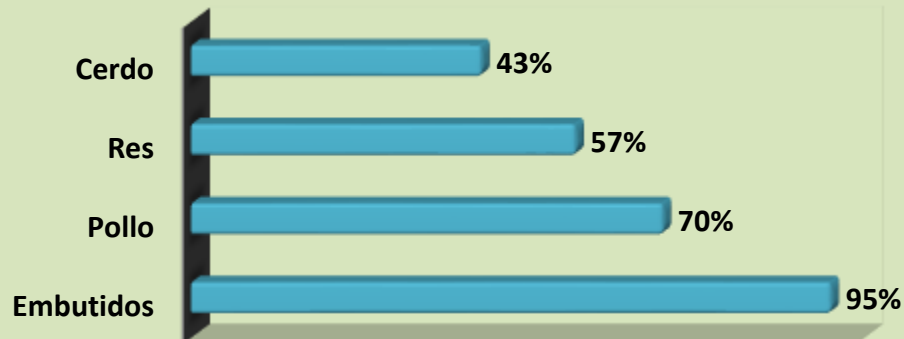
Genero proveedor de ingreso en el hogar



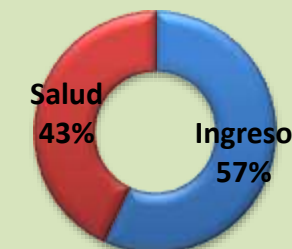
Ingreso promedio (\$876) destinado a la compra de carnicos



Aumento en el consumo de carnicos al aumentar el ingreso

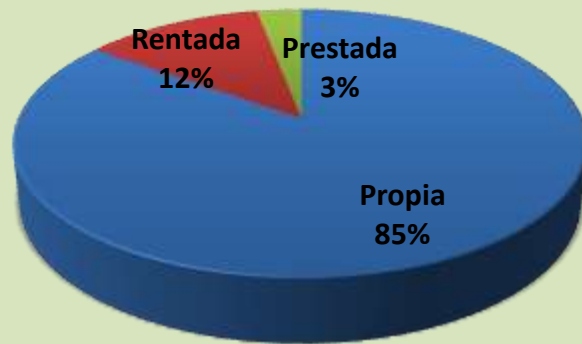


Factores que afectan la disminución (36%) en el consumo de carne de cerdo

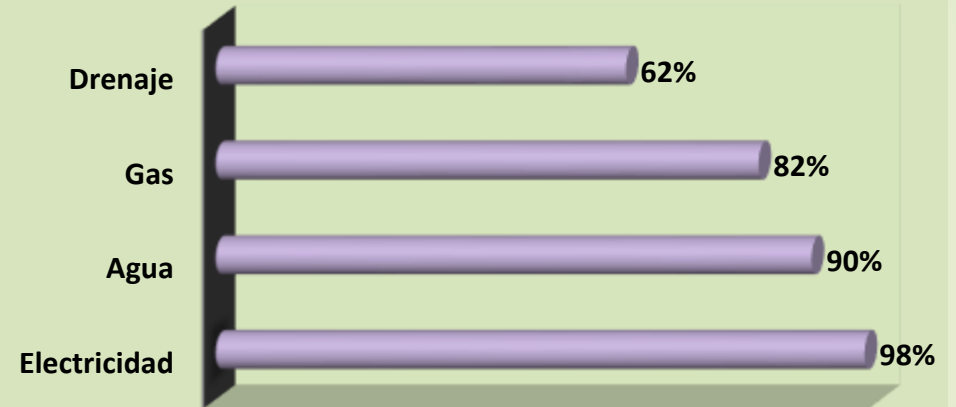


# Resultados preliminares de la investigación

Tipo de vivienda de los consumidores de carnicos de carnicos



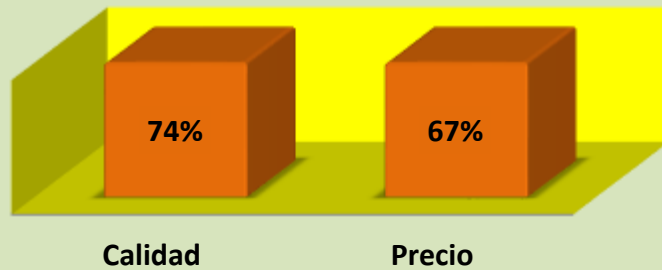
Servicios con los que cuentan los consumidores de carnicos



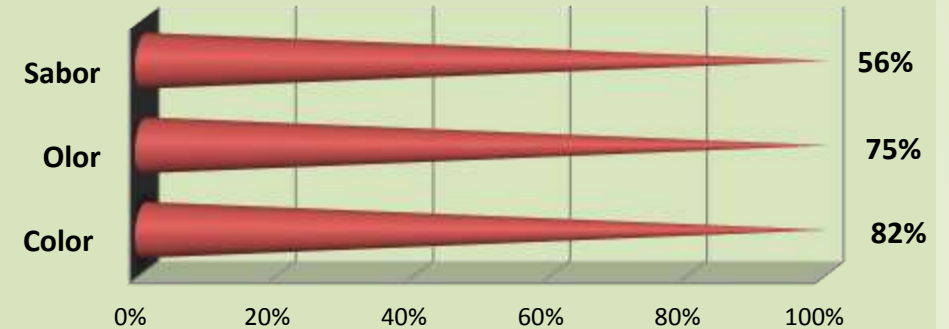
- Las familias que perciben otros ingresos provenientes de un afore, pensión, jubilación o programa social tienden a aumentar mas el consumo de pollo que de embutidos.
- Las familias que cuentan con algún servicio medico tiende a no disminuir su consumo de la carne de cerdo.

# Resultados preliminares de la investigación

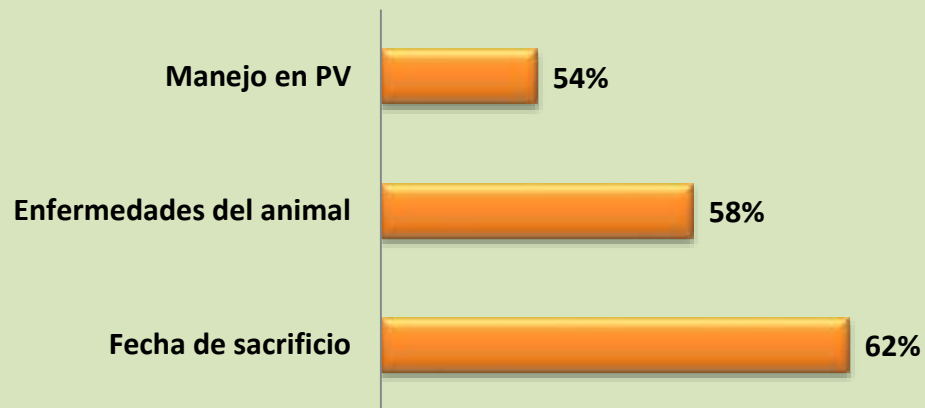
Principales factores que determinan la decisión de compra



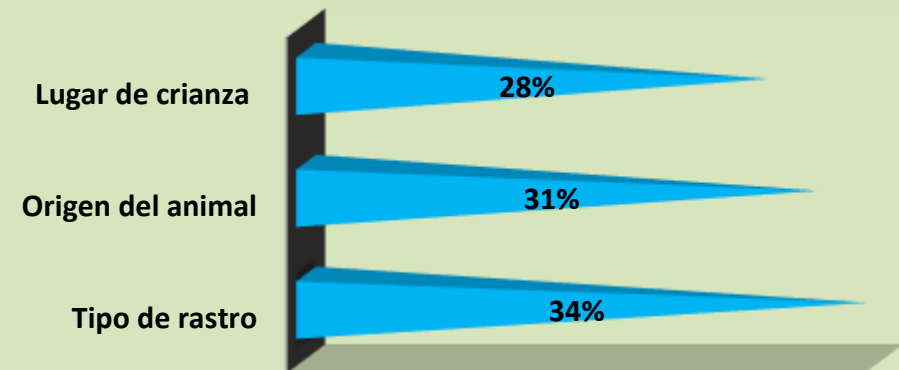
Propiedades organolépticas que influyen en la decisión de compra



Principales factores que considera el consumidor para su compra



Factores que menos interesan al consumidor al realizar su compra



# CONCLUSIONES PRELIMINARES

- ▶ El desarrollo económico urbano y las tradiciones gastronómicas siguen siendo factores determinantes en el consumo de carne en México, debido a que las áreas geográficas con un grado mayor de desarrollo (área metropolitana y zonas urbanas) presentan ingestas más elevadas de cárnicos a nivel nacional.
- ▶ Los consumidores que presentan alguna carencia social y bajos ingresos tienden a consumir carne una o dos veces por semana, siendo los embutidos y el pollo los de mayor consumo.
- ▶ Los consumidores de carne que perciben ingresos provenientes de algún programa social tienden a invertir más en su ingesta de proteínas de origen animal.
- ▶ La mayoría de los consumidores de carne creen que la calidad es un factor determinante en su decisión de compra, sin embargo solo el 13% de los consumidores encuestados considera importante saber aspectos que determinan dicha característica del producto.
- ▶ En México el consumo de embutidos y pollo tiende a aumentar considerablemente debido a su bajo costo y rapidez de cocción (gastan menos combustible). Mientas que el consumo de carne roja como el cerdo y la res tiende a disminuir por su encarecimiento y por cuestiones de salud.



**GRACIAS !!!**