

## Preferencias de consumo de pollo en Guanajuato, México

Saraí Abigail Gámez Castañeda<sup>1</sup>  
Mercedes Borja Bravo  
Fidel Avila Ramos<sup>1</sup>

<sup>1</sup>División Ciencias de la Vida, Universidad de Guanajuato, Programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Guanajuato, México, C.P. 36500.

### Resumen

Las preferencias del consumidor de carne de pollo se han modificado en las últimas décadas debido a sus gustos, hábitos y costumbres. El objetivo de la investigación fue conocer las preferencias del consumidor de carne de pollo en el estado de Guanajuato, México. Para el universo de trabajo se obtuvo una muestra con el método de proporciones poblacionales para encuestar a 497 consumidores. Las personas encuestadas prefieren carne de pechuga, seguida del muslo y finalmente el ala, prefieren pollo fresco, de tamaño mediano con poca grasa y su compra es en la pollería más cercana a su domicilio.

**Palabras clave:** Preferencias, carne de Pollo, consumidor, estado de Guanajuato.

### Introducción

#### Consumo mundial de carne de pollo

El consumo mundial de la carne de pollo en 2018 se ubicó en un máximo histórico de 105.6 millones de toneladas, durante los últimos diez años el consumo creció a una tasa promedio anual de 2.7 por ciento. De acuerdo con la FAO, el consumo per cápita mundial de la carne de pollo registró un incremento del 15 por ciento en la última década llegando a 14.2 kg al año, estimando que podría incrementarse 5.5 % por ciento en la próxima década (Rebollar *et al.*, 2019).

El principal consumidor de carne de pollo es Estados Unidos con una demanda de 19.8 millones de toneladas en 2018, es decir, 18.8 por ciento del total mundial y este registra un consumo per cápita de 49 Kg anuales (Rebollar *et al.*, 2019). Otro importante consumidor es Brasil con una participación de 13.6 millones de toneladas, representando un, 13.2 por ciento del total mundial. Con un consumo de 12.9 millones de toneladas, lo que representa un 11.9 por ciento. Le siguen países como China con un consumo de 12 millones de toneladas (11.6 %), Rusia 5.1 millones de toneladas (4.6 %), India 4.9 millones de toneladas (4.3%), México 4 millones de toneladas (4.0%) y el resto de los países 33.2 millones de toneladas (30.9%) del total mundial en 2018.

#### Consumo nacional de carne de pollo

Los productos avícolas son de gran importancia para la alimentación en México, ya que son alimentos accesibles, al alcance de todos y poseen un alto contenido nutricional (UNA, 2019). En los últimos cinco años el consumo de la carne de pollo en México es superior que la producción. En 2018 el consumo de la carne de pollo se ubicó en 3.8 millones de toneladas y este representa el 56% del consumo total de carnes. En 2019 el consumo per cápita de carne de pollo en México se estima en 28.59 kg y el consumo aparente es de 33.12 kg por habitante (UNA, 2019).

#### Comercio de pollo en México

En México se produce aproximadamente 34 millones de pollos por semana, y su comercialización se clasifica de la siguiente manera: vivo 37%, rosticero 37%, mercado público 9%, supermercado 3%, piezas 11% y productos de valor agregado 3%. (UNA 2019, n.d.). A pesar de que la industria ha mantenido un programa de innovación para ofrecer un producto con valor agregado, este rubro no ha mostrado incremento, debido a que en el país prevalecen las costumbres muy arraigadas por el pollo vivo y tipo mercado público. (UNA, 2019).

#### Producción mundial de la carne de pollo

Entre el 2008 y 2018 la producción mundial de carne de pollo creció una tasa promedio anual de 2.7 por ciento, lo cual la ubica en un volumen máximo histórico de 95.5 millones de toneladas. Los principales productores en 2018 fueron Estados Unidos con un total de 19.3 millones de toneladas, es decir, el 20.3 por ciento de la producción mundial, seguido de Brasil con 13.4 millones de toneladas, con una participación de 14.0 por ciento.

El bloque de la Unión europea destaca como el tercer productor mundial de carne de pollo en 2018, contribuyendo 12.2 millones de toneladas, es decir, 12.8 por ciento de la producción mundial y china contribuyó 11.7 millones de toneladas lo que representa un 11.2 por ciento en la producción mundial. En 2018 México contribuyó en la producción de carne de pollo con 3.3 millones de toneladas, es decir, el 3.6 por ciento de la producción mundial y ocupa la séptima posición (Alvarado *et al.*, 2012).

## Producción nacional de la carne de pollo

En el 2020 se produjeron 3 millones 550 mil toneladas de carne de pollo, con un crecimiento de 1.5 por ciento respecto al 2019 y se estima que la producción nacional de carne de pollo continúe en constante crecimiento en los próximos años (UNA,2019). Durante el 2019, las entidades del país con la mayor producción de carne de pollo fueron: en el ranking número 1 Veracruz con una participación del 14.1 por ciento de la producción nacional, seguido de Aguascalientes con 11.3 por ciento, Querétaro con 9.6 por ciento, La laguna (Coahuila y Durango) con 9.0 por ciento, Jalisco con 7.3 por ciento y el Estado de Guanajuato con el 6 por ciento (UNA,2019).

## Producción de carne de pollo en el Estado de Guanajuato

La producción de carne de pollo en el Estado de Guanajuato en el año 2015 fue de 175,081.010 toneladas. La mayor producción se concentra en los municipios de San miguel de Allende aportando 29,065 toneladas de carne de pollo, es decir, 16.6 por ciento de la producción estatal, seguido de Apaseo el Grande con 25,551 toneladas representando un 14.59 por ciento, Santa Cruz de Juventino Rosas 17,111 toneladas con 9.77 por ciento, Apaseo el Alto 16,169 toneladas con 9.23 por ciento, Villagrán 15,656 toneladas con 8.94 por ciento, San Luis de la Paz 14,333 toneladas con 8.18 por ciento, San José Iturbide 14,085 toneladas con 8.04 por ciento y Celaya aportando 10,812 toneladas con 6.17 por ciento de la producción estatal (Siller-Bedoya *et al.*, 2009).

## Características de la carne de pollo

La carne de pollo es un alimento altamente recomendado y aceptado por la población ya que este es muy rico, fácil de digerir y cumple con las necesidades nutricionales diarias, aporta una gran variedad de nutrientes entre ellos proteína, vitaminas y minerales (Ca, P, K, Na y Fe), a su vez posee características organolépticas también conocidas como características sensoriales que son altamente evaluadas por el consumidor ya que a simple vista se puede percatar si la carne posee un buen aspecto observando el color, la textura, la cantidad de grasa que posee, y la percepción del olor, ya que la carne de pollo fresca presenta un ligero olor a suero (Attia *et al.*, 2016).

## Consumidor de la carne de pollo

Actualmente el consumidor posee más información y educación respecto a los productos que consume, tienen un gusto más amplio, general y a su vez específico respecto a lo que buscan en la carne de pollo, es decir, son más inflexibles a la hora de realizar su compra y/o adquirir este producto.

## Materiales y métodos

### Localización del área de estudio

La investigación se realizó en el estado de Guanajuato el cual se divide administrativamente en 46 municipios con una población total de 5,853,677 habitantes. El estado está ubicado en la región centro norte del país, limitando al norte con Zacatecas y San Luis Potosí, al este con Querétaro, al sur con Michoacán y al oeste con Jalisco, con una altitud promedio de 2,015 msnm, con clima seco y semiseco en un 43% localizado principalmente en la región norte, cálido subhúmedo en un 33% localizado en la parte suroeste y este y templado subhúmedo representando un 24% de la superficie del estado, localizado entre los paralelos 19° 55' 08" y los 21° 52' 09" de latitud norte y los meridianos 99° 41' 06" y 102° 09' 07" de longitud oeste, temperatura media anual de 18° C y precipitación media pluvial de 650 mm.

### Tamaño de la muestra

El tamaño de muestra (386) se calculó con la ecuación estadística para proporciones poblacionales de acuerdo con la población total del Estado de Guanajuato utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 (p * q)}{e^2 + [z^2 (p * q)] / 2}$$

Donde:

n: tamaño de la población= 5,853,677 habitantes

Z: nivel de confianza= (95%)

p: proporción de la población con características deseadas (éxito)= 0.5

q: proporción de la población sin las características deseadas (fracaso) = 0.5

e: Nivel de error dispuesto a cometer =(5%)

La investigación se desarrolló en el Estado de Guanajuato y comprendió los 46 municipios: Abasolo (7), Acámbaro (9), Apaseo el Alto (6), Apaseo el Grande (7), Atarjea (6), Celaya (40), Comonfort (7), Coroneo (2), Cortázar (8), Cuerámbaro (3), Doctor Mora(3), Dolores Hidalgo (13), Guanajuato (24), Huanímaro (3), Irapuato (51), Jaral del Progreso (3), Jerécuaro (5), León (126), Manuel Doblado (4), Moroleón (5), Ocampo (3), Pénjamo (12), Pueblo Nuevo (2), Purísima del Rincón (6), Romita (5), Salamanca (23), Salvatierra (8), San Diego de la Unión (3), San Felipe (9), San Francisco del Rincón (9), San José Iturbide (6), San Luis de la Paz (9), San Miguel de Allende (15), Santa Catarina (1), Santa Cruz de Juventino Rosas (7), Santiago Maravatío (2), Silao de la Victoria (15), Tarandacuao (1), Tarimoro (3), Tierra Blanca (1), Uriangato (5), Valle de Santiago (11), Victoria (3), Villagrán (4), Xichú (1), Yuriria (5).

## Elaboración y aplicación de la encuesta

Para obtener la información de los consumidores se diseñó una encuesta usando la plataforma Google Forms®. Se diseñaron nueve preguntas de opción múltiple donde se incluyeron variables cualitativas para determinar las preferencias del gusto por el producto, las piezas de primera elección, el color y la textura, además del establecimiento donde realizan la compra del producto y la preferencia por este lugar. La aplicación de la encuesta se realizó del día 12 de octubre de 2020 al día 6 de noviembre del año 2020 para su difusión se usaron redes sociales de Facebook®, Instagram® y WhatsApp®.

## VARIABLES DE ESTUDIO

Para conocer las preferencias del consumidor, se consideraron algunas variables cualitativas como lo son: el porcentaje de la población encuestada a la que le gusta la carne de pollo, de igual manera conocer que pieza eligen como primera elección a la hora de realizar la compra, conocer cómo es que prefiere la carne de pollo de la cual se deriva la opción fresca o congelada, si se basan en el tamaño y coloración que tiene la carne a la hora de elegirla, de igual manera si la cantidad de grasa que contiene esta carne influye en su compra, y por último se consideró importante conocer en que establecimiento prefiere comprar la carne el consumidor y el motivo por el cual realizan su compra en estos establecimientos. Los datos obtenidos se analizaron mediante un análisis de estadística descriptiva la cual nos permitió analizar los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población del Estado de Guanajuato

## Resultados

Se entrevistaron a 497 consumidores de pollo distribuidos en 46 municipios del estado de Guanajuato. La encuesta estructurada trato de captar información sobre las preferencias de los consumidores en torno a pieza de canal, fresca del producto, tamaño, color, textura, cantidad de grasa, lugar de compra y aspectos que influyen en la compra.

Los resultados obtenidos de las encuestas permitieron identificar los gustos y preferencias de los consumidores sobre las características de la carne (Cuadro 1). El 60.6 % de los encuestados menciono que la pieza del pollo que prefieren fue pechuga, el 27.6 % muslo y 11.9 % ala. Existe una marcada tendencia en comprar el pollo fresco, solo el 13.1 % de los encuestados menciono que prefiere comprar pollo congelado. Con respecto al tamaño, a los consumidores les gusta más el pollo de tamaño mediano.

La textura del pollo fue medida como firme o suave, para lo cual los consumidores identificaron que las dos cualidades en la carne son de importancia. Por último, el 56.5 % de los consumidores menciono que les gusta la carne con poca grasa, 31.4 % sin grasa y 12.1 % con grasa (Cuadro 1).

Los resultados de la encuesta permitieron identificar que, para los consumidores de carne de pollo para Guanajuato, existe una alta preferencia de comprar el producto en pollerías que son establecimientos especializados en este tipo de carne. Un porcentaje menor lo compra en centros comerciales o en mercados públicos (Figura 1).

Finalmente, en la Figura 8 se observa cuál era el aspecto más importante del porque el consumidor compraba la carne en el lugar de su preferencia. El 39 % de los encuestados prefiere el lugar por la cercanía; mientras que, el 32 % compran por el servicio que les brinda el lugar y el 29 % se guían por la higiene que tiene el establecimiento (Figura 2).

### Conclusiones

Las personas encuestadas prefieren la carne de pechuga, seguida del muslo y finalmente el ala. Los consumidores prefieren pollo fresco, de tamaño mediano con poca grasa y compran en la pollería más cercana.

**Cuadro 1. Características que prefieren los consumidores de carne de pollo en el Estado de Guanajuato, México.**

Característica de la carne de pollo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Pieza del pollo que prefiere		
Pechuga	301	60.6
Muslo	137	27.6
Ala	59	11.9
Frescura		
Fresca	432	86.9
Congelada	65	13.1
Tamaño		
Chico	68	13.7
Mediano	325	65.4
Grande	104	20.9
Textura		
Firme	242	48.7
Suave	255	51.3
Nivel de grasa		
Con grasa	60	12.1
Con poca grasa	281	56.5
Sin grasa	156	31.4

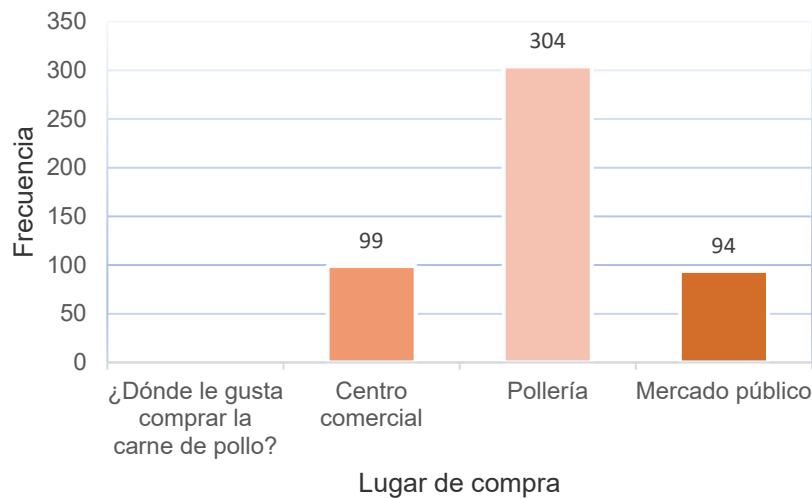


Figura 1. Frecuencia en el lugar de compra que prefieren los consumidores de carne de pollo en el Estado de Guanajuato, México.

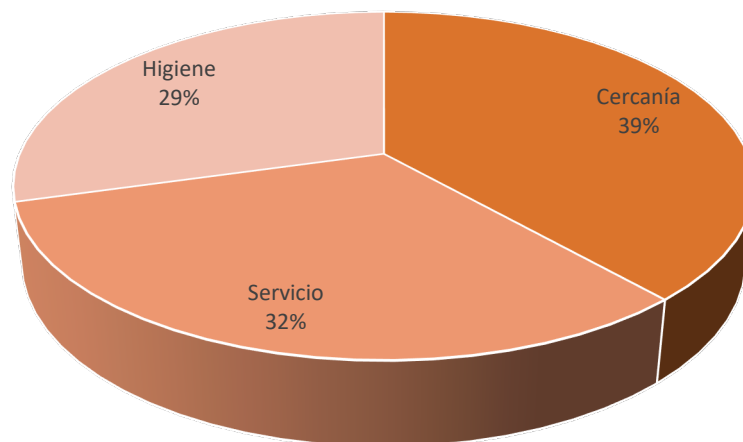


Figura 2. Principal aspecto que motiva al consumidor de carne de pollo a comprar en el lugar de su preferencia en el Estado de Guanajuato, México.

## Referencias

- Alvarado Lagunas, Elías, Luyando Cuevas, José Raúl, & Téllez Delgado, Ricardo. (2012). Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de Monterrey. *Región y sociedad*, 24(54), 175-199.
- Attia, Youssef A., Al-Harhi, Mohammed A., Korish, Mohamed A., & Shiboob, Mohamed M.. (2016). Evaluación de la calidad de la carne de pollo en el mercado minorista: efectos del tipo y origen de las canales. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 7(3), 321-339.
- Siller-Bedoya, Ileana E., Martínez-Damián, Miguel Á., Brambila-Paz, José de J., & Mora-Flores, José S.. (2009). Formación de precios de alimentos y el efecto de la información: los casos de México y Estados Unidos de Norteamérica. *Agrociencia*, 43(4), 447-455.
- Rebollar Rebollar, Eulogio, Rebollar Rebollar, Alfredo, Mondragón Ancelmo, Jaime, & Gómez Tenorio, Germán. (2019). Oferta y demanda regional de carne de pollo en México, 1996-2016. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 10(4), 917-932.
- Unión Nacional de Avicultores - UNA. (2019). Indicadores económicos. <https://una.org.mx/>