Valoración de atributos de calidad de carne de pollo mediante análisis del discurso del consumidor

Aulicino Delgado, José María (*)

Damico, Andrea Beatriz (*)

1. INTRODUCCIÓN

Argentina, posee un consumo total de proteínas animales superior a la media de los países de la región Mercosur (FAOSTAT 2019). En el período 1990/2018, los consumos per cápita se caracterizaron por una dinámica de sustitución inter especie. Esta variación se expresó como negativa en las carnes bovinas, fuertemente positiva la aviar y estable para porcina; modificando la estructura de consumo cárnica argentina.

El incremento de carne de pollo se observa concomitantemente con arraigados y conflictivos juicios negativos de valor sobre su calidad. Estos se constituyen en el *ámbito* social del consumidor e intervienen en la cimentación subjetiva de los atributos de calidad. Al respecto, se expresó "*las creencias sobre los consumos brindan posibilidades relacionales de ser situadas en un espacio comunicativo, donde las condiciones de percepción, pensamiento y acción dependen no tanto de las propiedades aisladas de los productos y los consumidores, impuestas por un universo de reglas, normas y códigos significativos subyacentes e históricamente conformados*" (Alonso, Fernández Rodríguez y Ibáñez Rojo, 2014).

(*) Universidad Nacional. de Lomas de Zamora- Facultad Ciencias Agrarias. Buenos Aires (Argentina) e Instituto de Investigación sobre Producción Agropecuaria Ambiente y Salud. Buenos Aires (Argentina)

Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, n.º 255, 2020 (77-98).

Recibido diciembre 2019. Revisión final aceptada abril 2020.

Los discursos intervienen en la construcción de la percepción de calidad del producto, influyendo en el acto de compra, limitándolo o expandiéndolo. Este es el "*resultado de procesos sociales de producción de significaciones, que dejan huellas, pistas, elementos, que exceden la voluntad y conciencia de los individuos*" (Urra, Muñoz y Peña, 2013). Asimismo, Bourdieu P. (1991) argumentó "*las prácticas y las preferencias alimentarias no constituyen elecciones individuales, sino que están definidas y construidas según la posición que uno ocupa en el "espacio social"*.

Para Argentina, se expresó "*la creencia popular de que el pollo habitualmente consumido contiene hormonas u otras sustancias para acelerar su crecimiento. Llamativamente este concepto con frecuencia es sostenido y validado por médicos y especialistas de la Nutrición*". O bien, positivas expresiones que sustentan el incremento en los atributos económicos. Sin embargo, para otros países, "*la carne de ave ha aumentado su participación en el consumo total de carnes en los países desarrollados, debido a una mayor preocupación por el cuidado de la salud"* (Schnettler *et al.* 2011) asimismo, y orientado hacia el consumo saludable: "*hay gran concientización alrededor del consumo de la carne de pollo, pues se ha establecido que es una de las más saludables, junto con la de pescado* (Alvarado Lagunas, Luyando Cuevas y Téllez Delgado, 2015).

Indagar sobre los discursos o creencias presentes en el consumo, referentes a la calidad, permitirán establecer estrategias de mercadotecnia adecuadas para neutralizar las creencias negativas y potencializar las positivas. Y, concurrentemente, "*contar con mayores elementos de juicio para definir posibles acciones de mercadotecnia que permitan modificar tanto el comportamiento de compra como las lógicas de consumo en el mercado doméstico en beneficio de la cadena*". (Bifaretti, A. 2007).

En Argentina es poco frecuente realizar investigaciones sobre la percepción de calidad y discursos alimentarios. Especialmente en aquellos indiferenciados alimentos, sin marca, o bien con bajo nivel de industrialización.

El presente trabajo, forma parte de uno de mayor envergadura, orientado hacia la determinación del Despliegue de la Función Calidad (QFD) en carnes de diferente origen.

El presente posee como objetivo evaluar la percepción de los atributos de calidad subjetiva en la carne de pollo de un grupo de consumidores del área metropolitana de Buenos Aires. Para ello se aplicaron técnicas lexicométricas y de análisis cualitativo asistido por computadora (CAQDAS).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo, de carácter exploratorio, se llevó a cabo en el área metropolitana de Buenos Aires durante marzo 2018. La indagación cualitativa se sustentó en preguntas abiertas. Estas fueron orientadas hacia la expresión de la percepción de los atributos de calidad considerados positivos (A+) o negativos (A-) para carne de pollo.

La muestra (n) se constituyó por veinte responsables de compra, consumidores de carnes de pollo, hombres y mujeres mayores de 18 años, con residencia en el área de estudio. El sondeo se administró personalmente utilizando Google Forms perteneciente a la suite Google Drive. Se alcanzó el punto de "saturación teórica[1]", establecido por la Teoría Fundamentada (Strauss y Corbin; 2002).

La selección se realizó por referenciado de personas, en forma aleatoria, compensando por género y edad. El resto de las variables de caracterización, resultaron son cierto sesgo, excluyéndose del análisis.

Las respuestas o cadenas verbales (datos no estructurados), expusieron el imaginario del entrevistado con respecto a la calidad del pollo. Con estas se constituyó una base de datos en Microsoft Excel. Las expresiones, fueron homogeneizadas en su semántica y ortografía, agregando los identificadores sociales: género; edad, educación; zona de residencia; cantidad de aportantes monetarios y sistema de atención médica. Dichas variables integran la estructura del nivel socioeconómico.

Sobre los discursos se aplicó un enfoque lexicométrico mixto (cuali-cuantitativo), apoyándose en las técnicas desarrolladas por la Escuela Francesa de Análisis de Datos (*Analyse des Données*) (Benzécri, 1976).

1. Se considera que una categoría está *saturada* cuando, al parecer, ya no emerge información nueva durante la codificación, o sea, cuando en los datos ya no hay nuevas propiedades, dimensiones, condiciones, acciones/interacciones o consecuencias.

Un primer análisis de contenido permitió observar la "emergencia de sentido", en las alocuciones "*esta revisión narrativa del análisis del discurso, aborda el lenguaje como un evento comunicativo dentro de un contexto social en donde se sitúan las interacciones humanas*" Loureiro, M. L.; Umberger, W.L. (2007).

Las frases referidas a la calidad del pollo, se agruparon en dos "nodos estructurales por significado", a posteriori asociados a "dimensiones de calidad".

- **Nodo A+:** 26 atributos de calidad reducidas a cuatro dimensiones; culinaria; organoléptica; precio – rinde y salutífera.
- **Nodo A-:** 29 atributos de calidad reducidos a cinco dimensiones; precio – rinde; calidad del sistema productivo; de presentación del animal faenado; salutífera y culinaria – organoléptica.

Los datos fueron procesaron con software NVivo 12 Edición Plus de QSR International (2019), permitiendo procesar la información con herramientas informáticas que ayudan a sintetizar, ordenar y organizar la información recogida para presentar los resultados de la investigación.

Se obtuvieron frecuencias de palabras (*f*p), expresadas como nubes, restringiendo la búsqueda a las primeras diez, con una longitud mínima de cuatro letras, e incluyendo sus derivadas. Se eliminaron aquellas "vacías de significado".

A partir de los nodos estructurales de significado, se obtuvo un análisis de conglomerado semántico. Este permitió definir las estructuras significativas de relación e identificar el grado de similitud, con ligamiento completo, por vecino más lejano en base a la co - ocurrencia y frecuencia de las palabras que los agrupa.

El "análisis de sentimientos", sustentado en la minería de datos, permitió identificar el tono emocional de las frases en el contexto del discurso, comprendiendo las actitudes de los actores frente a la temática de la calidad del pollo. Estas se agruparon en sentimientos negativos y positivos.

3. RESULTADOS

3.1. Conformación de la muestra

La muestra se completó con veinte casos al momento de la saturación teórica de los conceptos de calidad. Las variables socioeconómicas que la caracterizaron fueron:

Cuadro 1

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA, EXPRESADA EN PORCENTAJE.

Edad de entrevistado	**%**	**Tipo de trabajo**	**%**
18 a 42 años (“jóvenes”)	30	Profesional universitario	35
43 a 60 años (“intermedios”)	45	Técnico no universitario	50
61 a + años (“mayores”)	25	Operario	10
Estudios alcanzados	**%**	Rentista-jubilado	5
Hasta Terciaria o Univ. incompleta	55	**Tipo de medicina**	**%**
Universitaria completa + Postgrado	40	Prepaga	55
Frecuencia de Trabajo	**%**	Obra social	45
No trabaja + Jubilado + Eventual.	30	**Ingresos familia**	**%**
Trabaja	70	Un ingreso	35
Género	**%**	Dos ingresos	55
Mujeres	55	Tres ingresos	10
Hombres	45		

Fuente: Elaboración propia

3.2. Discurso general sobre los atributos de la carne de pollo

Surgieron diferencias entre los discursos de acuerdo al género y la edad de los entrevistados. La frecuencia de nominaciones de los atributos, expone la importancia relativa de los mismos en la construcción de la calidad subjetiva.

Del análisis lexicométrico de *f*p, para los diez primeros A+, reducidos a dimensiones de calidad, surge que:

- Las mujeres, poseen un discurso más rico semánticamente, utilizando un +42% de palabras para los A+ y + 54% en los A-, comparados con los hombres.
- Tanto para los A+ como A-, los "mayores", utilizan menor cantidad de expresiones de calidad, frente a los rangos etarios "intermedios y jóvenes".
- Los A+, se reducen a cuatro dimensiones de calidad: culinaria; organoléptica, precio – rinde y salutífera.
- Los A-, se expresan en cinco dimensiones, de diferente configuración que la citada: precio – rinde, sistema productivo, de la res, salutífera y culinaria – organoléptica.

La nube de palabras expresa, proporcionalmente por el tamaño de fuente, la frecuencia de nominaciones de los atributos dentro de los discursos de los entrevistados.

El análisis de conglomerado, expone la asociación existente, entre palabras y su distancia en el discurso.

Para los A-, surgieron cinco conglomerados. Los de mayor media ponderada de cobertura del discurso se asocian a: la grasa, agua y piel del pollo y los refrentes al sistema productivo, el posible uso de hormonas y su relación con la salubridad de su consumo.

Para los A+, surgieron cuatro conglomerados. El primero relacionado con atributos extrínsecos expresado en las condiciones económicas asociando términos como precio, económico, barata y barato. El segundo relacionado a calidad intrínseca, contenido proteico, baja presencia de grasa y bueno para consumir.

Para los A^-, surge la relevancia que posee el contenido de "hormonas", en la producción de la carne de pollo.

En los A+, surge la relevancia de características económicas de la carne y el contenido de proteínas.

Cuadro 2

NUBES DE PALABRAS POR FRECUENCIA DE CONTEO

A -



A+

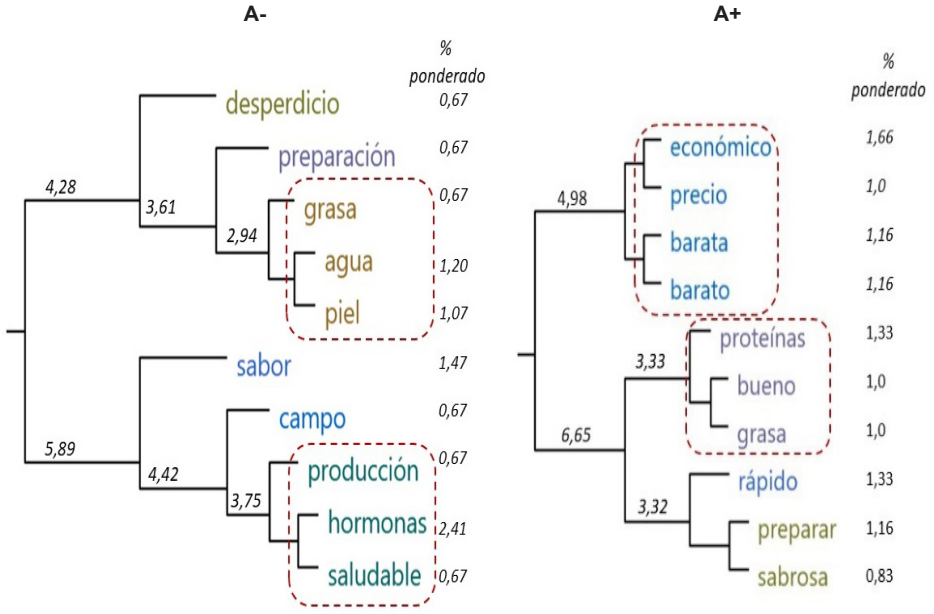


Fuente: Elaboración propia

La asociación de palabras que identifican atributos en el total del texto, permitió establecer co - ocurrencia entre los mismos. Una forma de descubrir asociaciones, las cuales se expresan en el siguiente dendograma.

Cuadro 3

ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS DE PALABRAS COMO ATRIBUTOS DE CALIDAD



Fuente: Elaboración propia

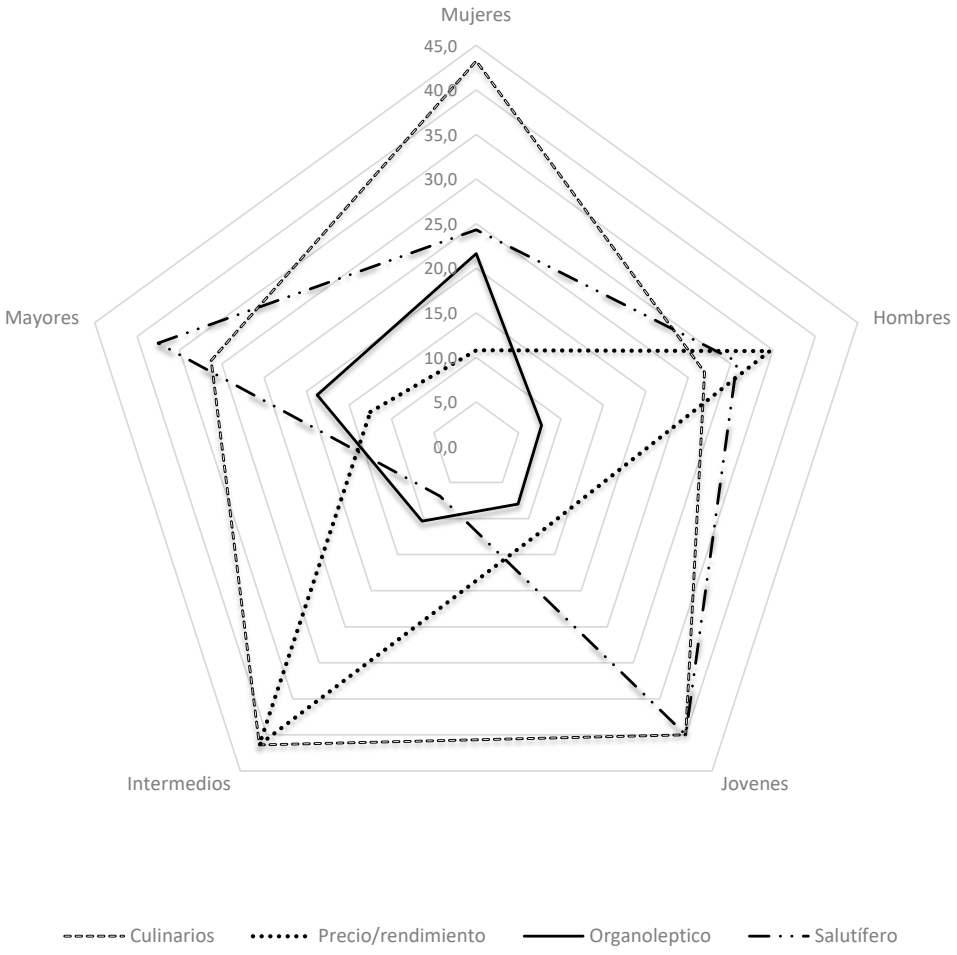
3.2.1. Los A+, de acuerdo con variables sociales

La segmentación de los discursos, de acuerdo con las variables sociales que identificaron a los entrevistados y las cuatro dimensiones que caracterizan a los A+, surge el siguiente gráfico.

Surgieron estructuras de discurso diferenciadas por género y rango etario. Por lo tanto, las valoraciones de las cuatro dimensiones de calidad poseen dinámicas inherentes a dichas caracterizaciones sociales:

Gráfico 1

VALORACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD
DE A+ DISCRIMINADO POR VARIABLES SOCIALES



Fuente: Elaboración propia.

- Las mujeres expresaron un discurso, sobre los A+, constituido por referencias a lo culinario 43,2%; salutífera 24,3%, organoléptico 21,6% y por último la dimensión precio-rinde con solamente 10,8% de menciones.

- Los hombres caracterizaron su discurso basado en precio-rinde con 34,6% de las menciones, salutífera con 30,8%, culinario con 26,0%, y por último la dimensión organoléptica con solamente 7,7%.
- Los más jóvenes, construyeron preferentemente su discurso por menciones de calidad referidos a lo culinarios y salutíferos por igual (40% respectivamente).
- El rango intermedio baso su discurso en la dimensión culinario y precio-rinde, con similar valoración (41,4%).
- El segmento de los mayores principalmente con los atributos salutíferos (37,5%) seguido de los culinarios con 31,3% de las menciones.

3.2.2. Los A-, de acuerdo con las variables sociales

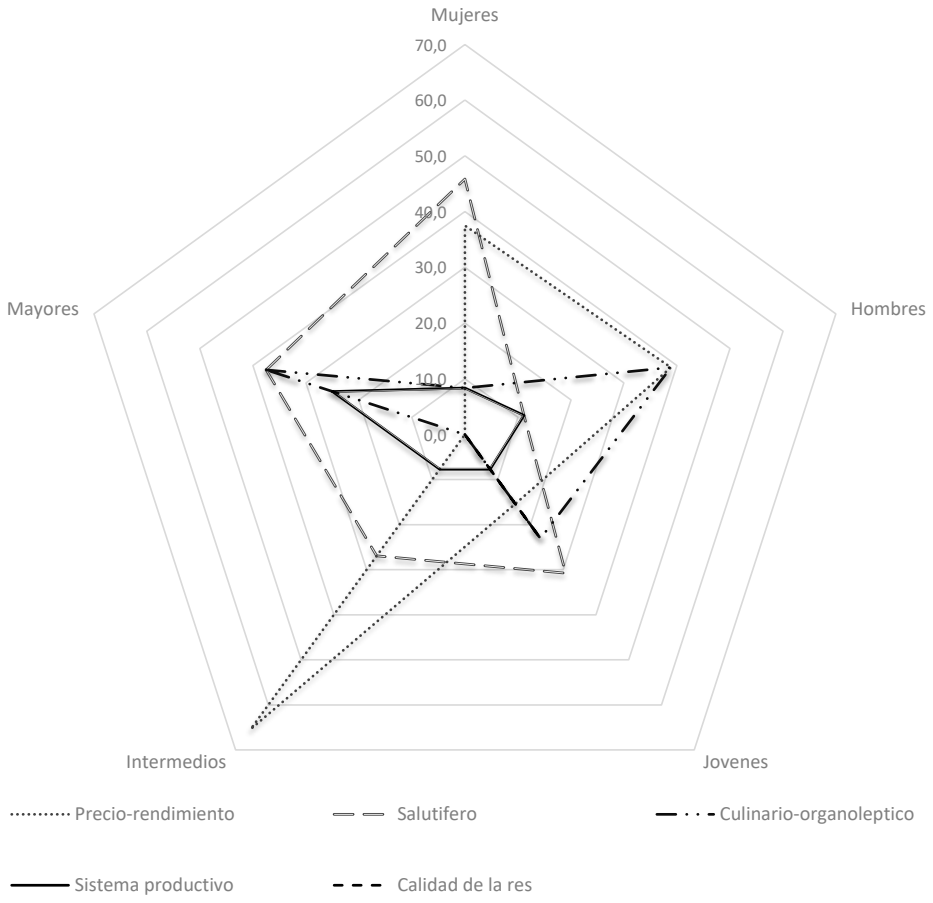
Con diferente configuración, surgen similitudes y diferencias entre las diferentes clasificaciones sociales.

Similarmente a los A+, para los A- surgen estructuras de discurso diferenciadas por género y rango etario, pero en cinco dimensiones de atributos:

- El segmento femenino prioriza los atributos de salud (45,8%), seguidos por el precio – rinde con 37,5%.
- El masculino pondera en similar forma el precio -rinde con la dimensión culinaria – organoléptica.
- El rango etario denominado joven, expresa su disconformidad en la dimensión salutífera con 30,8%, y culinaria-organoléptica con 23,1%
- Los intermedios concentran fuertemente su discurso en el precio – rinde, con 65,4% seguido con la dimensión salutífera.
- Los mayores centran su discurso de falta de calidad en las dimensiones salutíferas y culinarias – organolépticas.

Gráfico 2

VALORACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD
DE A- DISCRIMINADO POR VARIABLES SOCIALES



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Análisis de sentimientos de los discursos, relacionados a los atributos de calidad

La identificación del "tono emocional" de las oraciones, permitió obtener un gradiente de intensidad, expresado por el entrevistado, sobre los atributos de calidad.

Cuadro 4

SENTIMIENTOS SOBRE LOS A + DE LA CALIDAD
DE LA CARNE DE POLLO

De +	Discurso emocional sobre los A+
Precio-rendimiento	*Es **más económico** que la carne vacuna.* *La carne de pollo es **más barata** que la carne de vaca* *El pollo es bastante **sano y barato.*** *Es **económica, más barata** que la carne vacuna.* *La carne de pollo es **más económica** que el resto de las fuentes de proteína animal* *La carne de pollo tiene de todo un poco y **es más barata*** *El **precio (económico)** favoreció el consumo.* *Es **económico,** pero no compro muy barato porque a veces tiene sabor poco agradable.* *El pollo **es más barato.** Hay cortes que son más sabrosas ej. pata y muslo.* *Es rico y fácil de preparar más práctico y **más barato** que la carne* *El **precio es importante** para consumir más pollo.* ***No me fijo en el precio** (dentro de lo normal) pero elijo comer saludable.*
Conveniencia o practicidad culinarias y experiencia sensorial	*La carne de pollo es **rica, liviana, fácil de digerir y fácil de cocinar**.* *fácil de cocinar.* *El pollo es **fácil y rápido de cocinar**.* *El tamaño de los cortes del pollo es compacto y **facilitan la cocción**. La versatilidad de las recetas.* *Se cocina **mucho más rápido**, tiene muchos modos de preparación y se puede comer fría. Es rica* *La carne de pollo **es sabrosa**. **Fácil de preparar y rápido de hacer** por los modos de cocción.* *Es **más fácil de preparar** ej. al horno, en milanesas o suprema. Es sabrosa* *El pollo es f**ácil y rápido de cocinar*** *El pollo es **muy práctico** para cocinar.* *Con una gran versatilidad para ser preparado en **diferentes tipos de platos**.*
Aspectos de salud	*El pollo es **bueno para la salud** y para **hacer dieta**.* *La carne de pollo **es más sana que la carne de vaca.*** *Con el pollo **hay menor ingesta de proteínas** que termina en una uricemia, comparada con el exceso de carne bovina.* *Aporta **buenas vitaminas y nutrientes*** *El pollo es nutritivo **igual que la carne de vaca**, aporta proteínas*
Otros	*La aceptación de consumo, en general hay más gente que consume pollo, que cerdo o carne bovina.* *La carne de pollo me gusta porque **es blanda**. Me gusta el sabor.* ***Es digerible** no cae tan pesado.* *Es más **fácil de digerir** que la carne vacuna*

Fuente: Elaboración propia.

El conjunto de A+, se basan en expresiones que se orientan en cuatro dimensiones, surgiendo.

- Precio – rinde, como expresión de los económico, barato, baratísimo, económica, relacionando las expresiones en forma comparativa con carnes de otras especies, bovino especialmente.
- Referido a las capacidades culinarias y organolépticas, asociadas, surgen atributos como, fácil de preparar, versatilidad, rapidez en la cocción, practicidad y sabor.
- La dimensión referida a la salud, surgen atributos como, buenas vitaminas, menor ingesta de proteínas (como favorable), bueno para la salud y la dieta. Surgiendo comparaciones con igual capacidad nutricional con respecto a la carne bovina.
- Los atributos, no configurados en dimensiones, surgen: su carne blanda, facilidad de digerir y aceptación.

Cuadro 5

SENTIMIENTOS SOBRE LOS A – DE LA CALIDAD DE LA CARNE DE POLLO

De -	Discurso emocional sobre los A-
Precio-rendimiento	*El precio... ya **no está baratísimo**.* *La cantidad de **agua es mayor ahora y entonces no rinde**.* *Compré orgánico, pero no noté mucha diferencia sólo que no se reducía el tamaño, **pero cuestan como 3 veces más** y se dificulta la compra (días, lugares y distancia)* *Tienen mucha agua y **se reducen** cuando los cocinas.*
Capacidades culinarias y sensoriales	*Es un poco **desabrida, puede salir muy seca** según el modo de preparación.* *Depende del corte y del modo de preparación, ejemplo la **pechuga puede salir seca** porque no tiene grasa.* *Un poco **seca la pechuga.*** *El pollo menos la pata y muslo **sale seca**.*
Aspectos de salud	*Es **malo para la salud si no se cocina bien** y no se lo manipula en un medio higiénico.* *El **tenor graso en la pata y muslo** que es lo que más se come.* ***El colesterol** no me resulta un problema porque no lo sufro porque le saco la piel y la grasa para cocinar*

Cuadro 5

SENTIMIENTOS SOBRE LOS A – DE LA CALIDAD DE LA CARNE DE POLLO

De -		Discurso emocional sobre los A-
Sistema productivo	**Sistema productivo o crianza**	*¿Puede ser qué tengan **hormonas**?* *La piel, y el mito o no de las **hormonas**.* *Me imagino que como pollo con **hormonas** por todo lo que se dice... tiene mala prensa.* *Leyenda urbana de que tiene hormonas de crecimiento, esteroides* *La cantidad de **hormonas** es negativa.* *Además, creo que tiene **hormonas.*** *Tengo recelo por lo que se dice de las **hormonas**.* *Me preocupan el **sistema de producción**, pero no me gusta el pollo de campo porque es menos tierno, aunque sé que es de mejor calidad.* *El **sistema de producción estabulada** hace que tenga sabor distinto al de campo.* *Los aspectos relacionados con lo **intensivo de su producción**: hacinamiento, lo que conlleva alta utilización **antibióticos, uso de balanceados con aditivos sintéticos** para aumentar productividad, etc. que puedes dejar rastro en la carne que consumimos.* *No lo veo saludable por lo que se dice del **modo de crianza hacinados, alimentación poco saludable, estrés por las luces para que coman más**, medicaciones excesivas, ahora no hormonas, pero están **muy medicados**.* *El método de **crianza es negativo**.* *Últimamente (más o menos 4 años) no me gusta el sabor del pollo, por mucha grasa amarilla **y hormonas de crecimiento de la fabricación rápida**, hace que cuando lo cocinas se achica por la cantidad de agua que tenía.*
Calidad de la res	**Presentación de la res**	*El **mal pelado**, a veces viene **golpeado**; quién quiere comer un pollo con moretones.* *Las calidades por la **cantidad de agua y/o hielo** que tiene el pollo me resulta negativo La **presentación** es deplorable, en esas bolsitas... sí lo pusieran en una bandejita sería otra cosa.* *Se **pudre muy rápido**, si no tenés cuidado se pudre fácil.* *El tema es el **desperdicio**, por eso compro piezas como pata y muslo, pechuga o cuando compras el pollo entero se **desperdicia mucho** entre vísceras, piel, huesos suprema.* *La **menor proporción de proteína** con respecto a otras carnes es negativa.* *Prefiero comprar **supremas y las fileteo y así es muy rendidor**.* *El sabor a pollo, tiene **mucha agua adentro** y que te lo vendan congelado.* *La cantidad de **desperdicio**, por eso compro presas no el pollo entero.* *Del pollo se **desaprovecha la piel y los huesos**, por lo tanto, tiene desperdicio.*

Fuente: Elaboración propia.

En el conjunto de A-, se centran un discurso sobre:

- Resulta "seca", a excepción de pata y muslo. Pero, antagónicamente surge el exceso de "grasa amarilla". Alguna asociación con el colesterol, y una solución como sacarle la piel (por su contenido graso).

- El sistema de crianza, con menciones a la "estabulación", el uso de antibióticos, exceso de medicación.
- Las menciones sobre el uso de hormonas en el sistema de crianza, sigue presente expresado en sentencias afirmativas, pero también en dubitativas e interrogativas.
- La calidad y presentación del pollo, posee menciones negativas asociado a, la cantidad de agua, poca durabilidad para el consumo, perdida de piel y huesos, o la alta cantidad de hielo. Es ante el potencial desperdicio que surgen estrategias de compra de "presas" y no entero.

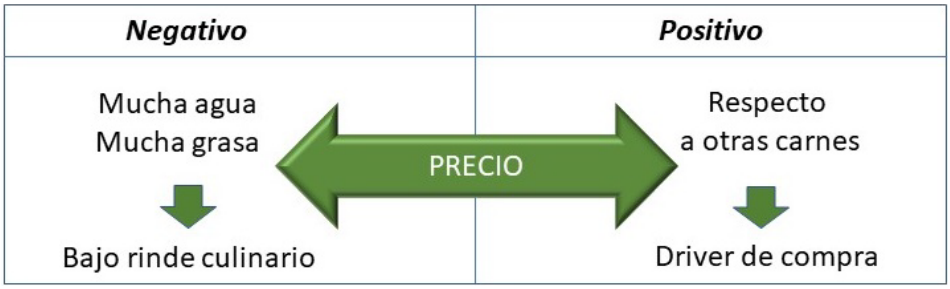
3.3.1 Con respecto al tratamiento de la variable precio – rinde

La variable precio posee dos tratamientos diferenciados de acuerdo con el sentido del contexto de la frase:

- Mientras que como A- se orienta hacia la falta de "rinde", de la carne de pollo sustentado en la reducción de tamaño de la res, la cantidad de agua o bien la de grasa.
- La misma variable, expresada como A+, se centra en calificaciones de "barato y económico", constituyendo un atributo de compra, especialmente comparativamente con las carnes de otras especies.

Cuadro 6

TRATAMIENTO DEL ATRIBUTO PRECIO EN CARNE DE POLLO



Fuente: Elaboración propia.

4. DISCUSIÓN

No es frecuente la aplicación de análisis lexicométrico asistido por computadora, orientado hacia el estudio de los discursos sobre la calidad subjetiva de los alimentos. O bien, dichos estudios, son de apropiación privado – empresarial. Condición que limita su divulgación.

Los discursos sociales, sobre la calidad de la carne de pollo, se propone como el "*resultado de procesos sociales de producción de significaciones, dejan huellas, pistas, que exceden la voluntad y conciencia de los individuos*" (Dávila, 2015). Asimismo, se propuso *que "es una creencia, una práctica o un conocimiento que construye realidad y proporciona una forma común de entender el mundo por los individuos y pragmáticamente, es el lenguaje en uso y sus efectos en los distintos contextos sociales.*(Urra, Muñoz y Peña, 2013).

Santander (2011), propone que los discursos poseen "opacidad", por lo tanto, "*el lenguaje no es transparente, los signos no son inocentes; que la connotación va con la denotación; que el lenguaje muestra, pero también distorsiona y oculta, que a veces lo expresado refleja directamente lo pensado y a veces sólo es un indicio ligero, sutil, cínico*". Por lo tanto, deben ser interpretados, teniendo en cuenta el contexto social y las variables determinantes del discursante y su espacio comunicativo.

Esta constitución de una "memoria discursiva colectiva", como forma de relación entre sociedad y alimento, excede a lo nutricional, "*el alimento y la alimentación se constituyen en un fenómeno social, es una construcción cultural, interviniendo la religión, la transmisión familiar, los comportamientos adquiridos, el entorno circundante*". (Aulicino, Alderete, Ugarte 2017). En consonancia Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, (2014), expresaron "*existen relaciones a ser situadas en un espacio comunicativo, donde las condiciones de percepción, pensamiento y acción dependen no tanto de las propiedades aisladas de los productos y los consumidores, como de las condiciones de verosimilitud y eficacia narrativa impuestas por un universo de reglas, normas y códigos significativos subyacentes e históricamente conformados*".

El discurso existente sobre la carne de pollo, se constituyó con 55 atributos, que se pueden reducir a dimensiones, cuatro en A+ y cinco para A-.

Comparativamente Brunsø, Fjord y Grunert, (2002), mediante estudios cualitativos (focus group) y cuantitativos (encuestas), aplicados a entrevistados de Alemania, Francia, Reino Unido y Dinamarca, expresaron "*la calidad de la carne se puede resumir en cuatro dimensiones: características hedónicas; salud, seguridad y atributos relacionados con el riesgo; proceso de producción y conveniencia*". Se estima que la diferencia entre estudios y segmentaciones de consumidores, en un enfoque más general de dicho estudio carnes bovina y cerdo, frente a la especificidad del presente.

En forma general, se puede percibir frente a las valoraciones positivas de su capacidad culinaria, y de salud, expresado por el género femenino. Mientras que, los hombres proponen el precio -rinde. Coincidentemente un estudio de Glitsch K. (2000), para Irlanda, expresó que "*la carne de pollo fue percibida como un alimento "femenino", y esta opinión fue expresada por ambos sexos. Los mismos hombres evidentemente percibieron la carne roja como masculino*".

Los A- de mayor frecuencia centran su discurso en la presencia de hormonas durante el proceso productivo. Creencia que persiste, aunque su uso fue prohibido mundialmente en 1960. Coincidentemente, dos trabajos realizados en Argentina, el primero sobre una población de profesionales de la salud en Argentina y específico para pollo, expuso "*que el 54,3%, de los médicos, creen que los pollos tienen hormonas agregadas*" (Sánchez *et al.*, 2015).

El segundo, orientado hacia el análisis de la demanda de carnes, propuso que "*las hormonas es factor de preocupación por parte del consumidor, es un tema que suele aparecer en las discusiones de los grupos focales y se resalta que puede actuar como una barrera a una mayor expansión de los actuales niveles de consumo*" (Bifaretti, Brusca y Jairala, 2014).

En forma diferencial, un trabajo de Glitsch K. (2000), orientado hacia la comparación de la percepción de calidad en carne fresca, en Alemania, Irlanda, Italia, España, Suecia y el Reino Unido. Para pollo se concluyó que la contaminación con Salmonella, es el riesgo prioritario para los indagados de los seis países. Solo Italia y España, hicieron menciones al contenido de hormonas e Italia agrego la presencia de antibióticos. Para el resto, aparece como tercera y cuarta preocupación. Es de plantear que, en el presente es-

tudio, la presencia de Salmonella no surgió en ninguno de los entrevistados. Pero, es notable la persistencia del discurso de uso de hormonas.

Surgieron estructuras que permitieron determinar el tono emocional, positivo y negativo, de los discursos (opinion mining). El precio está presente en ambas.

Aquellos, con una emocionalidad positiva, se centraron muy frecuentemente en la condición de bajo precio, siempre comparado con la carne bovina. Similarmente Bifaretti, Brusca y Jairala, (2014), para Argentina, expresaron "*no hay duda que la modificación en los precios relativos entre carnes sustitutas desempeña un papel fundamental en estas transformaciones de las conductas alimentarias*" y también "*el pollo compite con ella por precios, pero presenta ventajas en términos de practicidad en la cocina, versatilidad y reciclabilidad*". Coincidentemente, para Chile, se observó que "*que la carne de ave es el producto sustituto de preferencia de la carne bovina, identificándose como factor determinante el precio del producto*" (Rosas de Andraca, 2011).

La emocionalidad negativa del atributo precio, asociado a la falta de rinde culinario (conveniencia), es dependiente de la valoración condenatoria de alto contenido de agua y grasa presentes en el animal faenado. De la bibliografía especifica observada, no se encontró mención similar al tratamiento del precio. Potencialmente las diferentes relaciones, de elasticidad (precio alimentos/ingresos) entre países, expliquen las diferentes posiciones frente a la variable. Mientras que, en aquellos desarrollados no se hace mención, si surge en aquellos en vías de desarrollo.

Una forma detectada de enfrentar la falta de rinde culinario/conveniencia, es la presencia de estrategias de compra de "presas de pollo" para evitar la res entera y la conveniencia en su uso. Similarmente (Kennedy *et al.*, 2004) para Irlanda, mediante focus group, expuso "*los filetes de pollo* (pechuga) *fueron percibidos como convenientes en lo que requería una preparación y cocción mínimas, y versátil, ya que podría usarse para varias comidas utilizando salsas preparadas previamente*".

El discurso se diferenció por género y edad. Surgiendo un bagaje lexical más rico para el segmento femenino que en el masculino y el segmento etario de "los mayores". Tanto en A+ como A-. Esta dinámica discursi-

va, intervendría diferencialmente en el acto de compra expresado como demanda.

5. CONCLUSIONES

- La metodología cualitativa, asistida por computadora, permitió comprender los factores percibe el consumidor del área metropolitana de Buenos Aires como relevantes en la percepción de la calidad de carne de pollo.
- Se detectaron cincuenta y cinco variables (26 A-, y 29 A-), que estructuran un discurso sobre la calidad de la carne de pollo.
- Las valoraciones de los atributos de calidad son diferenciales de acuerdo al género y rango etario. El género femenino con un discurso orientado hacia la salud y el masculino al precio-rinde, coincidiendo con el rango etario de los intermedios
- Las principales creencias, de acción negativa, se sustentan en la presencia de hormonas, la intensidad del sistema productivo y alto contenido de colesterol. Mientras que las de acción positiva se refieren a la calidad intrínseca de la carne, bajo contenido de grasa, buena proteína y bueno para consumir.
- La variable precio, posee una acción combinada. Mientras que la observan como A-, lo relacionan con la falta de rinde asociado al contenido de agua y grasa. Aquellos, que lo observa cómo A+, lo asocian a lo económico, siempre en referencia a la carne bovina.
- Las dimensiones, precio-rinde; conveniencia-capacidad culinaria, y aspectos de la salud, son coincidentes en la expresión de sentimientos, tanto positivos como negativos. Mientras que surgen como negativos puros el sistema productivo y/o crianza y la presentación de la res.

6. PROPUESTAS PARA LOS AGENTES DE LA CADENA DE VALOR

- Mejorar la apariencia de la res de pollo, especialmente en el contenido de agua y grasa, evitando la presencia de "jugos" en el envoltorio.

- Mejorar la comunicación activa, fortaleciendo los A+ y anulando los A-, especialmente en las creencias detectadas.
- Promover estudios cuantitativos para valorar numéricamente los drivers detectados.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. y Ibáñez Rojo, R. (2014) "Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales acerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas" Empiria -Revista de Metodologías de Ciencias Sociales, 29, pp. 13-38. España.

Alvarado Lagunas, E., Luyando Cuevas, J. R. y Téllez Delgado, R. (2015) "Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de Monterrey", Revista Región y Sociedad, 24(54). doi: 10.22198/rys. 2012. 54.a152.

Aulicino JM., Alderete, JM.; Ugarte, M. (2017) "Bases para la diferenciación de alimentos: un avance hacia el agregado de valor" Departamento de Desarrollo Productivo - Universidad Nacional de Lanus. Argentina.

Benzécri, J. P. (1976) "Article numérisé dans le cadre du programme "Numérisation de documents anciens mathématiques - Numdam - Paris, 4.

Bifaretti, A. (2007) "Conocer el mercado para planificar el marketing". Revista Americarne y FIFRA – Revista Empresarial del Sector Cárnico. Vol. 11 nº 56 pag.18-20 y 22-23. Argentina.

Bifaretti, A.; Brusca, E. y Jairala, M. (2014) "Cambios socioeconómicos y demanda de carnes: ¿Cómo se construye el mapa del consumo de proteínas cárnicas en el mercado argentino ?" XLV Reunión Anual de la AAEA y IV Congreso Regional de Economía Agraria, pag. 22. Disponible en: http://www.ipcva.com.ar/files/AAEA2014web.pdf.

Bourdieu P. (1991) "*La distinction; Critique sociale du jugement*". Les Editions Minuit. Paris.

Brunsø, K., Fjord, T. A., Grunert, K. G. (2002). "Consumers' food choice and quality perception". The Aarhus School of Business. Publ. Aarhus - Denmark.

Davila, L. (2015) "El análisis del discurso y sus potencialidades en la divulgación científica" VIII Seminario Regional (Cono sur) ALAIC, pp. 2-16. Córdoba - Argentina.

FAOSTAT (2019) http://www.fao.org/faostat/en/#home Consulta: agosto de 2018.

Glitsch, K. (2000) "Consumer perceptions of fresh meat quality: cross-national comparison", British Food Journal 102(3), pp. 177-194. doi: 10.1108/00070700010332278.

Kennedy, O. B.; Stewart-Knox, B. J.; Mitchell, P. C.; Thurnham, D. I. (2004) "Consumer perceptions of poultry meat: a qualitative analysis" Nutrition & Food Science, 34(3), pp. 122-129. doi: 10.1108/00346650410536746.

Loureiro, M. L., & Umberger, W. J. (2007). "A choice experiment model for beef: What US consumer responses tell us about relative preferences for food safety, country-of-origin labeling and traceability". Food Policy, 32(4), 496–514.

QSR International Pty Ltd (2019) - Software NVivo 12 edicion Plus - Versión 12.6.0.959.

Sánchez, M. Echegaray, N.; Rovirosa, A.; Munner, M.; Sandro Murray, R. (2015) "Creencias, conocimientos y consumo de carne de pollo por parte de médicos que se desempeñan en instituciones de salud públicas y privadas". Revista Actualización en Nutrición, 16, pp. 102-110. Argentina.

Santander, P. (2011) "Por qué y cómo hacer análisis de discurso", Cinta de Moebio, (1), p. 18. Disponible en: www.moebio.uchile.cl/41/santander.html.

Schnettler, B.; Miranda, H.; Sepúlveda, J.; Denegri, M.; Sepúlveda, N. (2011) " Importancia del origen en la compra de la carne de pollo en la zona Centro-sur de Chile" Revista Cientifica de la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad del Zulia, 21(4). Venezuela.

Rosas de Andraca, A. M. (2011) "Hábitos de consumo y atributos intrinsecos de valor para la carne bovina en consumidores de Santiago". Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias - Escuela de Ciencias Veterinarias. Universidad de Chile. Chile.

Strauss, A., Corbin J. (2002) "Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada" Editorial Universidad de Antioquia Facultad de Enfermería- Universidad de Antioquia - Colombia.

Urra, E., Muñoz, A. y Peña, J. (2013) "El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud" Enfermería Universitaria. Elsevier, 10(2), pp. 50-57. doi: 10.1016/s1665-7063(13)72629-0. Mexico.

RESUMEN

Valoración de atributos de calidad de carne de pollo mediante análisis del discurso del consumidor

En Argentina, la carne de pollo ha tenido un sostenido incremento dentro del consumo de proteínas de origen animal, sustituyendo a la tradicional carne bovina. Al respecto, los consumidores expresan discursos contradictorios sobre sus atributos de calidad: uso de hormonas, pero económica, falta de rinde por exceso de contenido de agua y piel, pero sabrosa, entre otros.

Se aplicó análisis lexicométrico con software de Qualitative Data Analysis, obteniendo frecuencia de palabras, conglomerados por asociación y análisis de sentimientos.

La muestra de veinte consumidores del área metropolitana de la ciudad de Buenos Aires resultó compensada por género, alcanzando el punto de saturación teórica propuesto por Ground Theory.

Se comprobó la existencia de discursos diferenciados por género y edad, que comprenden varias dimensiones de calidad: organolépticas, económicas, culinarias, de salud, etc., que comprendieron a más de cincuenta atributos de calidad percibidos por los consumidores.

PALABRAS CLAVES: comportamiento del consumidor, análisis del discurso; Qualitative Data Analysis, atributos de calidad, carne de pollo; consumo de alimentos.

CLASIFICACIÓN JEL: M31

ABSTRACT

Assessment of quality attributes of chicken meat by analysis of consumer discourse

In Argentina, chicken meat has suffered a sustained increase within the consumption of animal proteins, replacing the traditional beef. About this issue, consumers express contradictory discourses about their quality attributes: the use of hormones, but economical, lack of yield due to excess of water and skin content, but tasty, among others.

Lexicometric analysis was applied with a qualitative data analysis software, obtaining word frequency, conglomerates by association and sentiment analysis.

An statistic sample of twenty consumers in the metropolitan area of the city of Buenos Aires was compensated by gender, reaching the theoretical saturation point proposed by the Ground Theory.

The existence of discourses differentiated by gender and age was verified, which affects several quality dimensions: organoleptic, economic, culinary, health, etc., which includes more than fifty quality attributes perceived by consumers.

KEYWORDS: consumer behavior, discourse analysis; quality attributes, Qualitative Data Analysis, chicken meat; food consumption

JEL CLASSIFICATION: M31