



MOTIVACIONES PARA LA COMPRA DE HUEVOS CAMPEROS EN AUSTRALIA



H.J. Bray y R.A. Ankeny

29th Aust. Poultry Sci. Symp. Sydney, febrero 2018

Por más que lo que tal vez haya quien piense que lo expuesto en este artículo, procedente de la otra parte del mundo - Australia -, pueda tener un valor limitado para nosotros, no hemos dudado en reproducirlo debido a lo que nos muestra sobre un tema hoy más candente que nunca: la reacción del comprador a la hora de elegir el tipo de huevo que va a adquirir, si los más baratos de gallinas en jaula o cualquiera de los otros tipos, más caros, de las gallinas alojadas en distintos sistemas de producción.

Resumen

Este documento resume el trabajo reciente dentro del grupo de Investigación de valores alimentarios con el fin de explorar las motivaciones de los consumidores para la compra de huevos en libertad y no de batería. El motivo ha sido el interés público en la denominada producción ética de los alimentos y pensando en el bienestar de los animales debido al aumento de las ventas de huevos camperos.

Aunque estudios anteriores habían examinado la disposición del consumidor en pagar más por los huevos camperos y por su actitud hacia el bienestar animal, ha habido pocos trabajos que desvelen la creencia de que las compras de estos están vinculadas a sus preocupaciones por el bienestar de las gallinas en jaulas. Un análisis cualitativo y temático del tema, con entrevistas a 73 participantes ha revelado que los huevos de gallinas al aire libre y no de jaulas son percibidos de mejor calidad, más nutritivos y más seguros, y con superiores características sensoriales que los de gallinas en batería. En respuesta a preguntas abiertas, los huevos

camperos y los de gallinas no en jaulas se describieron como fáciles de identificar y asequibles, en comparación con otros productos animales con demanda de una producción humanitaria. Aunque la producción de huevos de gallinas en jaula fue descrita por muchos participantes como cruel, el deseo de comprar otros de gallinas en libertad fue descrito con más frecuencia en relación a los esfuerzos para evitar una alimentación "industrializada", más que en relación con la adopción de una postura sobre el bienestar de las gallinas.

Introducción

Australia está altamente urbanizada, con el 80% de la población viviendo en las principales ciudades y aunque los australianos creen que los agricultores hacen un buen trabajo en el cuidado de sus animales, hay un bajo nivel de conocimiento agrícola entre el público en general. La producción de huevos se ha hecho cada vez más prominente en discusiones públicas sobre el bienestar de los animales de granja, especialmente por la producción de huevos de gallinas en batería. Y hasta marzo del 2016 no había ningún estándar legal para los huevos vendidos como camperos y en el momento en que realizamos nuestro estudio, las etiquetas de "al aire libre" podían utilizarse para diversos sistemas de producción.

Algunos chefs famosos, libros populares y películas han estimulado el interés en la producción y el consumo de alimentos "éticos", incluida la evitación de los producidos por animales de crianza intensiva. Los minoristas también han

**"El consumidor que compra
huevos camperos está
realizando a su entender un
acto de consumo ético"**



tenido un papel importante en productos con afirmaciones éticas más en la corriente dominante y el consumismo ético alimentario describe un conjunto de elecciones voluntarias dirigidas hacia "otra moral" debida a los valores y creencias que evita los alimentos que pueden ser moralmente problemáticos o la elección de otros a causa de la percepción de una superioridad ética. Por ejemplo, un consumidor que compra huevos camperos o que cree que es un error el tener a las gallinas en jaula está participando en un acto de consumo ético. Este puede considerarse como un acto consciente o político, donde los consumidores o bien "votan con su dólar" o bien con su tenedor y al comprar huevos camperos tienen como objetivo final eliminar la producción de los de batería a través de las fuerzas del mercado. Sin embargo, la idea de que las personas pueden actuar simultáneamente como ciudadanos y consumidores ha sido cuestionada por algunos estudiosos.

La investigación sobre las percepciones públicas del bienestar de los animales de granja ha tendido a centrarse en lo que los consumidores saben acerca de cómo son tratados, en lo que piensan sobre el bienestar animal, o en el sobrepeso que están dispuestos a pagar para los productos con argumentaciones éticas. Sin embargo, la suposición de que tales decisiones son actos de consumismo ético o directamente relacionados con preocupaciones sobre el bienestar animal, no ha sido probada previamente.

Los hallazgos presentados aquí son parte de un proyecto que tenía como objetivo examinar el entendimiento de los australianos sobre las elecciones alimentarias "éticas"; aun habiendo encontrado que las discusiones sobre la producción animal estaban dominadas por las referentes a los huevos. Por lo tanto, nos centramos específicamente en las motivaciones para comprar ciertos tipos de productos de huevo y en qué formas se consideraron preferibles a los producidos "convencionalmente". Estuvimos particularmente interesados en si los participantes explicaron espontáneamente sus decisiones de compra en términos de consumo ético o si había otros factores relacionados con las opciones de compra. También exploramos otros factores como el conocimiento y la confianza en los sistemas de producción de huevos y si existían barreras para que las decisiones de compra se alinearan con sus valores, por ejemplo el precio.

Métodos

El estudio se llevó a cabo en 2014 en Adelaide, la capital de Australia del Sur - unos 1,2 millones de habitantes -, con una gran área urbana rodeado por una serie de regiones agrícolas. Consistió en una combinación de entrevistas con

guiones y preguntas para permitir a los participantes abordar las preguntas planteadas y luego explorar el razonamiento de sus respuestas y relacionar todo ello con unas prácticas alimentarias y con cuestiones e inquietudes sociales y éticas más amplias. A los participantes se les pidió que reflexionaran sobre sus compras regulares de alimentos e identificaran lo que pensaban sobre los alimentos locales, los ecológicos, los OGM (*) o los producidos de manera que promueven el bienestar animal. Y también que explicaran porque habían comprado el artículo particular que identificaron. Además, se les preguntó si habían evitado comprar algo por razones éticas.

Un total de 31 personas participaron en 4 grupos focales y fueron reclutados a través de anuncios de la comunidad, boletines, anuncios de redes sociales y folletos distribuidos en eventos públicos. Además, realizamos 42 entrevistas en dos centros comerciales suburbanos en zonas de bajo nivel socioeconómico para garantizar que pudiéramos disponer de una amplia gama de puntos de vista. Las entrevistas se grabaron y transcribieron de forma anónima, junto con las notas de los investigadores.

"Los consumidores o bien "votan con su dólar" o bien con su tenedor y al comprar huevos camperos tienen como objetivo final eliminar la producción de los de batería"

Del total de 73 participantes en la investigación, el 70% eran mujeres. La edad estuvo comprendida uniformemente entre 18 y 24 años y grupos de más de 65 años, siendo el sector menos representado el comprendido entre 35 y 44 y el que más el de 55 los 64. Un 55 % eran casados o con una relación de facto, el 68 % tenía hijos y el 54% no tenía trabajo, lo que se reflejó en la alta proporción - 51 % - de personas con bajos ingresos -, indicando que tenían un ingreso familiar de menos de unos 30.500 € al año -. Un 75 % vivía en áreas metropolitanas y el perfil educativo era mixto: el 29 % solo había completado la escuela secundaria, el 22 % tenía una calificación profesional, el 22 % un título universitario, el 16 % un posgrado calificaciones y el 23% estudiaban a tiempo completo o parcial.

Resultados y discusión

Motivaciones para comprar y/o consumir huevos camperos

Los participantes asociaron huevos de gallinas en libertad o no de jaula con una calidad superior en comparación con los de de gallinas en batería. La calidad fue mencionada mucho más fácilmente como un factor motivador para comprar en lugar de las preocupaciones por el bienestar de las gallinas, lo que sugiere que el comportamiento en la compra se dirige más hacia el consumidor en vez de hacia las gallinas. Los participantes hablaron sobre una superior característica sensorial de los huevos de gallinas en libertad y en particular por su sabor y color de la yema, diciendo que

(*) OGM: Organismos modificados genéticamente





proporcionaban mayores beneficios nutricionales que los de producción convencional.

Dejando de lado la posibilidad de que tales huevos, de hecho, puedan tener una calidad superior que los de gallinas enjauladas, el etiquetado puede influir en esta apreciación. Los participantes pueden estar usando las etiquetas como indicación de "bueno" o "malo", aunque el énfasis puesto en las superiores características sensoriales sugiere que realizaron una asociación implícita entre un aire libre y un producto mejor y más saludable y que esta tendencia probablemente es el resultado de una "efecto halo", donde la evaluación de un atributo influye fuertemente en otro. La etiqueta en sí también puede influir en las percepciones del gusto ya que se ha demostrado que las personas califican los productos animales etiquetados con "humanitario" como más sabrosos que aquellos con otras etiquetas.

La dieta de la gallina era muy importante para los participantes y se usó para explicar tanto la calidad superior y la forma en que la producción de huevos de batería no era "natural", más fácilmente que la libertad de deambular u otras conductas. Como las gallinas al aire libre pueden tener acceso a dietas más naturales o mejores, se creía que no estaban comiendo "productos químicos", como hormonas y antibióticos, mientras que las de baterías recibían sustancias desconocidas que por sí mismas no elegirían.

Esta preocupación por la dieta de las gallinas es un hallazgo novedoso en relación con las preferencias por los huevos de gallinas no enjaulados. El confinamiento fue visto como forma de restringir los comportamientos naturales, pero en particular considerando que impide a las gallinas consumir una dieta "natural". Una preferencia general por los alimentos "naturales", guardando relación con el proceso de producción, más que con el contenido, está bien documentada, particularmente en relación con los OGM, lo que sugiere que es el rol percibido de los "aditivos" en la dieta de la gallina el principal impulsor de las descripciones de nuestros participantes de los huevos de las gallinas no de jaulas como "naturales". Además, en base a las respuestas de los participantes se sugiere que el disgusto, que influye en las actitudes de pureza de los alimentos, también está estrechamente alineado con las preferencias por los huevos de gallinas no enjaulados.



Algunos participantes establecieron vínculos más amplios entre el bienestar animal y su propia salud. La idea de que "lo que es mejor para el animal es mejor para mí", y que los huevos de gallinas no enjauladas fueron mejores era obvia para los participantes aunque esta conclusión se basaba en una evidencia limitada y subjetiva. Esta asociación entre la dieta y el bienestar animal y la calidad del huevo y la evidencia que se le atribuye sugiere que los participantes sintieron que estos factores están vinculados a la salud de forma que "tú eres lo que comes" y podría interpretarse como un "pensamiento mágico", por ejemplo por unas "leyes de contagio y transmisión de "estrés" de las gallinas enjauladas, como mencionó uno de los participantes. Este pensamiento mágico ha sido indicado en relación con los alimentos transgénicos y ecológicos y merece un examen más detenido en relación con los productos animales.

Los huevos comparados con otros productos animales

Hay cuatro factores clave que ayudan a explicar el predominio de la discusión sobre los huevos de gallinas en libertad sobre otros productos con reclamos de bienestar animal, a pesar de las preguntas genéricas sobre ética en relación a los productos de origen animal.

En primer lugar, ha habido unos altos niveles de concienciación sobre el uso de jaulas para la producción de huevos, que los participantes consideraron indeseables en base a

anuncios recientes de grupos activistas y las actividades de chefs famosos como fuentes de información.

En segundo lugar, los participantes compararon en sus explicaciones los huevos de las gallinas en libertad con otros productos como la carne de pollo de corral, que generalmente mencionan con un etiquetado más claro y un posicionamiento prominente en los supermercados como contribuyendo a la compra.

En tercer lugar, para muchos encuestados, la diferencia de precio entre los huevos de gallinas en jaulas y los otros se percibía que era lo suficientemente pequeña incluso para aquellos con unos niveles socioeconómicos más bajos. En cambio, en la carne ya era diferente, por tratarse de un artículo caro y, por tanto, las producidas de forma campera se consideraban demasiado caras.



Finalmente, los participantes describieron cómo podían disponer de huevos de sus propias gallinas o cómo obtenerlos de amigos o familiares, describiendo los mismos como camperos.

Información y confianza

Aunque la creciente preocupación pública por el bienestar animal en Australia está a menudo vinculada con la llamada "división urbano-rural", los huevos brindan un interesante contraejemplo, dado el creciente número de pequeñas lotes de gallinas urbanas que permiten a las familias más contacto directo con las aves. Así los participantes hablaban sobre la producción de huevos en el patio como una manera para controlar las "incógnitas", particularmente sobre lo que comen las gallinas y así reducir los riesgos a los que ellos y sus familias están expuestos. Tener "gallinas de patio" también se dijo que era una forma de conocer el bienestar de los animales de granja y los participantes que habían tenido aves de corral en el pasado, o que actualmente tenían algu-

nas gallinas para su propio consumo de huevos, utilizaron su conocimiento personal para justificar sus afirmaciones de que la producción intensiva es cruel y "repugnante". Las gallinas del patio pueden ser consideradas más apropiadamente como mascotas que animales de producción y por lo tanto pueden estar apoyando una serie de diferentes valores que serían típicos para los animales destinados a la producción de alimentos.

"Nuestros hallazgos muestran la existencia de un fuerte vínculo entre los huevos de gallinas en libertad - o no de jaulas - y la percepción de su calidad"

La relación entre la confianza y la reducción del riesgo es característica de muchas interacciones actuales de los consumidores, particularmente en entornos altamente adversos al riesgo. Como era de esperar, la confianza se extiende a familiares y amigos, pero los

tenderos también se consideraron fuentes importantes de información en la compra tanto carne como de huevos. Sin embargo, parece que para la mayoría de los participantes las etiquetas proporcionaron suficiente información para permitirles elegir un producto sobre otro en el punto de compra, no discutiéndose sobre la necesidad de información adicional

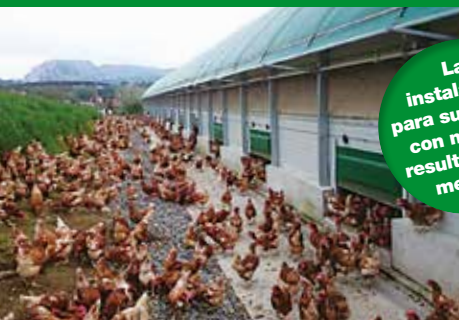
NAVES PREFABRICADAS TIPO TÚNEL

Túneles estándar de 10, 12,5 y 14 metros de ancho



Con más de 25 años en el sector agropecuario, más de 550 naveas avalan nuestra experiencia

LAS NAVES AVÍCOLAS CON MEJORES RESULTADOS DEL MERCADO



La instalación para sus pollos con mejores resultados del mercado



Gracias a sus excepcionales condiciones de aislamiento y ventilación y debido a su relación CALIDAD/PRECIO es un tipo de nave ideal para la cría de cualquier tipo de animal



SOLICITE INFORMACIÓN SIN COMPROMISO:
COSMA, S.L. INSTALACIONES AGROPECUARIAS
 Pol. Ampliación Comarca I C/M N° 6, 31160 · Orcoyen (Navarra - España)
 Tel.: 948 31 74 77 · Fax: 948 31 80 78
 web: www.cosma.es · email: cosma@cosma.es



voluntaria en las etiquetas. A pesar de esto, muchos participantes se mostraron escépticos de las etiquetas y algunos incluso intentaron verificar sus indicaciones consultando los sitios web de las empresas para obtener detalles sobre las condiciones.

Conclusiones

Nuestros hallazgos muestran la existencia de un fuerte vínculo entre los huevos de gallinas en libertad - o no de jaulas - y la percepción de su calidad, lo que motiva a comprar los mismos y parece estar jugando un papel entre los consumidores, mucho mayor que las consideraciones sobre el bienestar animal. Hubo unos altos niveles de concienciación sobre la producción de huevos de gallinas en jaulas y la sólida percepción de que es "incorrecta", antinatural e incluso asquerosa, con la dieta y el confinamiento siendo los aspectos clave negativos mencionados por los participantes. Sin embargo, estos fueron sólo razones secundarias por las que compraron huevos de gallinas en libertad, ya que su enfoque principal fue la calidad.

Aunque los estados emocionales de los animales se están convirtiendo cada vez más en un importante área de la ciencia del bienestar animal, en la comercialización de productos animales la felicidad es presentada como un factor que contribuye a unos alimentos con mejor sabor y los participantes en nuestro estudio vieron en gran medida la felicidad de las aves como "buena" debido a su influencia en los huevos producidos. La idea de que los sistemas de producción no de jaulas o al aire libre son mejores para las gallinas no fue cuestionada o criticada por los participantes en el estudio, a pesar de la presencia de factores que pueden afectar el bienestar animal en estos sistemas, que no fueron considerados como fundamentales en sus decisiones de compra.

Estos hallazgos presentan retos para los interesados en mejorar el bienestar animal y también aboga por el consumismo ético o político. Se podría argumentar que, si las percepciones que motivan el consumo de productos de calidad, en última instancia generan un mejor bienestar para las gallinas, una falta de compromiso con las cuestiones éticas en la producción de huevos por parte de los consumidores

"El principal enfoque al elegir un huevo u otro, es la calidad, por delante del bienestar"

puede no importar. Sin embargo, las cuestiones éticas y de bienestar animal no están ausentes en los sistemas al aire libre. Además, si el aumento del consumo de huevos de gallinas en libertad y no de jaulas - junto con el de otros productos con afirmaciones sobre bienestar animal - está siendo visto por el sector y el gobierno como un indicador de preocupación de la comunidad por el bienestar de los animales de granja, las estimaciones sobre los niveles de preocupación y los cambios resultantes en la política y/o los métodos de producción, pueden basarse en suposiciones falsas. Por lo tanto, para los interesados en promover el bienestar animal es fundamental tener en cuenta que en la compra las preferencias por sí solas pueden no indicar un apoyo creciente a los procesos de producción humanitarios. En cambio, es fundamental relacionarse con los consumidores en torno a los valores subyacentes a sus preferencias con el fin de comprender mejor la comprensión evolutiva de varias categorías de alimentos éticos.

En general, sostenemos que la compra de huevos de gallinas en libertad o no de jaulas no se consideró un acto de consumismo político con respecto al bienestar de los animales de granja por la mayoría de nuestros participantes. Sin embargo, la percepción de que la producción de huevos de gallinas en jaulas fue en varios sentidos "mala" sugiere que, como ciudadanos, los participantes en nuestro estudio no son partidarios de este tipo de producción. Se necesita más investigación para comprender y desentrañar los sentimientos de la comunidad y explorar si los cambios en educación, ya sea con respecto a los métodos de producción o bien para apoyar al etiquetado. Este estudio también revela que incluso dentro del campo del "consumo ético", las decisiones de compra son complejas e incluyen una serie de factores que operan fuera de lo que la mayoría consideraría estrictamente que son consideraciones "éticas".

APOLLO GENERATION 2

CARGADORA DE POLLOS

CALIDAD DE CARGA SIN COMPROMETER LA VELOCIDAD.

Durabilidad y fiabilidad

Diseñada en base a la experiencia de campo de más de 10 millones de horas de trabajo adquiridas en todo el mundo.

Solicitar catalogo y lista de precios



CMC INDUSTRIES
Feeding Systems Solutions

APOLLO GEN.2 De 8.000 a 12.000 animales por hora, o aproximadamente de 16 a 26 toneladas por hora. Las aves se cargan de una manera natural y sin ser estresadas, siendo colocadas con cautela en las jaulas sin contacto directo con los operarios.