

# ¿RECONOCE LA CALIDAD EN LA CARNE EL CONSUMIDOR CHILENO?



Ganado de tipo taurino.

El consumo de carnes en Chile ha ido en aumento durante la última década. Actualmente ha llegado a igualar el consumo de los países desarrollados, con 81,3 kg per cápita al año. Sin embargo, la carne bovina no ha seguido esa tendencia; por el contrario, su participación respecto del total ha decrecido. Las preferencias en el ámbito nacional se relacionan inicialmente con el precio y luego con la calidad. De este modo, el incremento en el precio de un tipo de carne favorece el consumo de otras, evento que ha direccionado el crecimiento de las carnes blancas a expensas de las rojas. En forma paralela, las carnes blancas, gracias a la integración del sistema productivo, han logrado productos de una calidad más homogénea en aquellos atributos demandados por el consumidor.

Hoy en día, como consecuencia de la apertura económica hacia el mercado mundial, el

consumidor nacional goza de una amplia variedad de productos, lo que enriquece y al mismo tiempo dificulta la decisión de consumo. En el caso de la carne bovina, es posible encontrar en supermercados productos de origen nacional, argentino, australiano, estadounidense, uruguayo, brasileño y paraguayo. Estos últimos dos países ofrecen carne proveniente de ganado índico o cebuino, caracterizado por una menor terneza e infiltración grasa, características no deseables en carnes de calidad superior. Sin embargo, su penetración en el mercado se ha visto favorecida por precios altamente competitivos.

## Conductas de consumo

El consumidor de carne en Chile presenta dos conductas de consumo principales: la compra frecuente o "alimenticia", que tiene como objetivo la obtención de

proteína animal al mínimo valor posible, donde la calidad del producto no adquiere mayor relevancia, y la compra esporádica o "sibarítica", donde los atributos de calidad toman mayor relevancia y donde el precio es menos gravitante en la decisión de consumo. De este modo, los atributos de calidad deseables en la carne, se condicen más con la percepción sensorial al momento del consumo que con características de duración o inocuidad de la misma. Los atributos que son factibles de evaluar por un consumidor no experto dicen relación con las características organolépticas del producto final y se centran en cualidades de blandura o terneza, sabor, olor y aspecto.

La evaluación sensorial de los distintos atributos organolépticos asociados a calidad de carne, presenta métodos de medición objetiva que permiten, con instrumental especializado,

Evaluación sensorial por un panel no experto de los principales atributos de calidad en un corte bovino de alta demanda.

**José Luis Riveros F.**

Médico Veterinario, Ph.D.

*jlriveros@inia.cl*

**Adrián Catrileo S.**

Ingeniero Agrónomo, Ph.D.

**Ricardo Felmer D.**

Bioquímico, Ph.D.

INIA Carillanca

cuantificar cada una de ellas. A modo de ejemplo: la característica sensorial de terneza es cuantificable como resistencia al corte y capacidad de distensión de la fibra muscular, y la jugosidad como la capacidad de retención de líquido. Sin embargo la evaluación sensorial, herramienta eminentemente subjetiva, adquiere relevancia debido a su coherencia con la experiencia de consumo, siendo posible diferenciarla si se realiza por un panel experto o entrenado o con un panel no experto símil del potencial consumidor final.

## Evaluación sensorial

En el marco de la feria tecnológica ExpoINIA 2009 -que reunió una gran cantidad de público de diverso origen sociocultural y económico- se llevó a cabo una evaluación sensorial con un pa-



Ganado de tipo índico.

nel no experto de los principales atributos organolépticos en carne bovina. Como un primer acercamiento a la determinación de la preferencias del público chileno, se puso a prueba un corte de alta demanda comercial, la sobrecostilla (*Serratus ventralis cervicis*), en dos tipos de muestras diferenciadas por grado de infiltración grasa o "marmoreo", origen del animal y sistema productivo. Se asignó la letra A a las muestras con bajo nivel de infiltración provenientes de ganado cebuino bajo un sistema extensivo; la letra B identificó aquellas con mayor infiltración,

obtenidas de ganado taurino y bajo un sistema intensivo. Se utilizó el método "doble ciego", en el cual el encuestador y el evaluador desconocen el tipo de muestra evaluada. Ambas clases de muestras se cocinaron en forma simultánea, bajo temperatura y salazón uniformes. Al momento de alcanzar el punto de cocción deseado, las muestras A y B fueron cortadas en cubos de 2 cm<sup>3</sup> y se presentaron al participante para su degustación. A los encuestados se les consultó por cuatro factores: terneza, sabor, olor y aspecto. Las repuestas fueron asignadas en tres cate-

gorías excluyentes: 1 inaceptable; 2 aceptable y 3 óptima.

Para efectos de discusión de algunos resultados, las categorías 2 y 3 se interpretan en forma conjunta, pues constituyen el producto con demanda potencial o aceptable, y se contrastan con la categoría 1 catalogada como inaceptable.

Los resultados del presente trabajo describen una clara inclinación del consumidor nacional hacia la carne infiltrada, que supera en la totalidad de los atributos evaluados a la carne no infiltrada. En variables como terneza, el porcentaje de respuestas categoría 1 (inaceptable) en la muestra B fue 0%; en comparación con el 15% en la A. Si las categorías 2 y 3 se interpretan como calidad aceptable, el producto nacional alcanza cifras entre un 94 y un 100%, a diferencia del de origen cebuino, en que el rango varía entre el 75 y el 88%. Adicionalmente, entre un 13 y un 25% de las personas considera inaceptable la carne no infiltrada para cada uno de los atributos, lo cual contrasta con la infiltrada pues sólo llega a un máximo del 6% de calificación inaceptable.

## Diferenciar el producto

Los antecedentes recogidos permiten plantear que la primera conducta de compra de carne bovina, donde se privilegia el precio en detrimento de los atributos sensoriales, implicarían un sacrificio de éstos. Los consumidores no expertos demostraron tener la capacidad de percibir y categorizar distintas calidades, prefiriendo las muestras con mayor grado de infiltración grasa.

A modo de conclusión, sería posible afirmar que la tendencia del mercado de importar carnes de origen cebuino provenientes del MERCOSUR, caracterizadas por un menor tenor graso en comparación con las de origen nacional o con las provenientes del mercado norteamericano, no se relacionaría con el fomento del consumo de carnes de mayor calidad, sino más bien se basarían en incrementar los volúmenes de venta del retail a través de la oferta de carne de menor precio y calidad.

Investigaciones posteriores a esta primera aproximación sobre las cualidades organolépticas en carne bovina, deberían incluir un análisis multifactorial que pondere factores productivos e industriales incidentes sobre las características bajo análisis, junto a métodos cuantitativos de evaluación, con el objetivo de caracterizar de manera precisa las preferencias del cliente final. Los resultados del presente trabajo posibilitan afirmar que el consumidor chileno es capaz de distinguir los principales atributos sensoriales presentes en la carne y asignar categorías que se relacionan directamente con la calidad en las muestras evaluadas. Serían por lo tanto atributos deseables de mejorar a nivel productivo e industrial, conducentes a diferenciar el producto final y orientarlo hacia a un mercado potencial demandante por calidad. **Ta**

Figura 1. Resultado de evaluación sensorial por un panel no experto de cuatro atributos, según muestra.

