

# DEFENSA TRABAJO FIN DE MÁSTER



**UCAM**  
UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE MURCIA

*FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA EMPRESA*

*Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Empresa*

*Master en Administración de Empresas MBA*

Estudio del comportamiento del consumidor.

Consumo de carne de ternera en la población y deportistas de élite.

Autor: Beatriz Royo Torres

Tutor: Dra. Dña. María Concepción Parra Meroño

*Murcia, 30 de mayo de 2022*

INFORME DE DEFENSA: Estudio del comportamiento del consumidor. Consumo de carne de ternera en la población y deportistas de élite

## ÍNDICE

1. RAZÓN ELECCIÓN DEL TEMA .....	5
2. IMPORTANCIA DEL TEMA ELEGIDO.....	5
3. OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	6
4. METODOLOGÍA .....	6
5. DESCRIPCIÓN Y RESULTADOS.....	7
6. CONCLUSIONES .....	9
7. CAMPOS DE APLICACIÓN .....	9



## **1. RAZÓN ELECCIÓN DEL TEMA**

El trabajo de fin de master ha consistido en el abordaje del estudio del comportamiento del consumidor con respecto al consumo de carne de ternera en la población general y en deportistas de élite.

La elección del del tema elegido, ha sido principalmente por mi relación con el sector del vacuno de carne. Desde hace ocho años soy veterinaria de producción animal y trabajo en mi empresa familiar, dedicada a la compra, cría de terneros y comercialización de ternera en la zona de Aragón y alrededores. La empresa cuenta con más de 50 años de historia siendo la ternera el producto principal de venta.

De ahí, la importancia de esta investigación, es importante para la empresa conocer los gustos de la población, conocer como evolucionan y analizar cuales son los principales cambios en los hábitos de consumo para poder adaptarnos al mercado y conocer de primera mano las necesidades y tendencias de consumo.

Por otro lado, la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) cuenta entre sus estudiantes con gran cantidad de deportistas de todas las disciplinas, que compiten a nivel nacional e internacional, colocándose como la universidad que más deportistas olímpicos tiene. Además de competir defendiendo a la UCAM en varias disciplinas, soy jugadora profesional de baloncesto, y tengo una gran inquietud por conocer las diferencias en cuanto a nutrición y hábitos de consumo entre la población general y los deportistas de élite, los cuales necesitan llevar a cabo una alimentación más controlada y cuidada.

## **2. IMPORTANCIA DEL TEMA ELEGIDO**

El sector cárnico representa un 28,5% del total del sector alimenticio, y el sector del vacuno representa en España un 15,3% de la Producción Final Ganadera, considerándose como uno de los más regulados y controlados a nivel internacional. A pesar de ello, en los últimos años el consumo de ternera está experimentando notables cambios.

La elección de la ternera por parte del consumidor, viene determinada por una serie de factores tanto propios del individuo como del entorno que le rodea. La decisión de compra esta formada por una sucesión de fases que aborda desde las actividades anteriores al momento de la compra hasta las posteriores, desde que se siente la necesidad hasta que se satisface.

Gracias al estudio del comportamiento del consumidor, permitirá tener una mayor información sobre las necesidades de los consumidores, encontrar nuevos segmentos de mercado no conocidos hasta el momento y desarrollar diferentes estrategias de marketing que ayuden a captar nuevos clientes y retener a aquellos que ya lo son.

### 3. OBJETIVOS DEL TRABAJO

- Investigar acerca de la situación del sector del vacuno en España.
- Estudio de las propiedades nutricionales y organolépticas de la carne de ternera.
- Abordar los factores que afectan al comportamiento del consumidor.
- Abordar el tema del deportista de élite y sus necesidades a nivel nutricional.
- Recoger información mediante la realización de una encuesta, para conocer el comportamiento del consumidor y sus hábitos de consumo de la carne de ternera en España.
- Recopilar, organizar los resultados obtenidos de la encuesta y sacar las conclusiones más importantes con respecto a los hábitos de consumo de la población general y los deportistas de élite.

### 4. METODOLOGÍA

#### 1. Elección del tema

“Comportamiento del consumidor. Consumo de carne de ternera en la población y deportistas de élite”.

Por la importancia del tema a nivel de Dirección Comercial y Marketing, es esencial para el buen funcionamiento de una empresa conocer cuales son las necesidades, gustos y tendencias presentes y futuras de la población, para poder trabajar en el producto y en las otras tres P del Marketing Mix: precio, distribución, promoción.

#### 2. Búsqueda de información

Se ha recopilado información e investigado sobre los distintos puntos:

- Producción de carne y ternera a nivel nacional e internacional.
- Factores que afectan al comportamiento del consumidor.
- Propiedades nutricionales de la ternera.
- Estudios/ investigaciones/ encuestas sobre el consumo de carne, y de carne de ternera.
- Importancia de la carne y ternera en el desarrollo de la práctica deportiva.
- Elaboración, creación, y formulación de una encuesta.

Toda esta información ha sido recogida de libros y manuales, plataformas especializadas, páginas webs, artículos científicos, organismos gubernamentales.

#### 3. Elaboración de la estructura de trabajo

1. **Recogida de información:** Se ha recogido y organizado la información que aparece en el punto 2. Búsqueda de información.
2. **Elaboración y creación del formulario:** Una vez recogida la información, se ha llegado al punto central del estudio, mediante la elaboración de un cuestionario en Google Formularios. En el mismo se han introducido las distintas variables y puntos que querían ser estudiados.
3. **Realización de las encuestas:** Las encuestas han sido enviadas vía electrónica por e-

mail, Whatsapp, Instagram, Twitter, a su vez he asistido a distintos campeonatos de España universitarios: atletismo, baloncesto, baloncesto 3x3, heterofilia para enviar las encuestas a los deportistas y que estos pudieran contestar a las mismas.

4. **Recogida de datos y estudio de los resultados:** Una vez cerradas el plazo para contestar a las encuestas, se han recogido todos los datos y analizado, teniendo como principales variables la edad, el sexo y la situación laboral de los encuestados, salario y por supuesto distinción entre deportistas de élite y población general.
5. **Obtención de conclusiones:** Finalmente se han sacado las conclusiones oportunas acerca del comportamiento del consumidor y el consumo de ternera de la población española y de un pequeño porcentaje de deportistas de élite.

## 5. DESCRIPCIÓN Y RESULTADOS

El sector cárnico se encuentra como el primer sector dentro de las industrias alimenticias, y dentro del sector cárnico, el sector del vacuno de carne es uno de los más importantes.

Los beneficios que aporta la ternera son muchos y posee un alto valor biológico. Está compuesta por proteínas de alto valor biológico, minerales como el hierro, zinc, potasio o magnesio, así como vitaminas del grupo A, D, E, K, C y del grupo B, en especial la B12.

La alimentación en deportistas de élite difiere de la del resto de población debido a la exigencia física de su trabajo. El consumo de ternera le permite conseguir un mayor desarrollo muscular y rendimiento durante el ejercicio. Algunos estudios han demostrado como el consumo de carne y en concreto de ternera en deportistas es superior al del resto de población, presentando importantes beneficios para el deportista.

A la hora de estudiar el comportamiento del consumidor se han de tener en cuenta distintos factores:

- Factores internos: Características personales, actitudes, experiencia, creencias, motivación, percepción, expectativas,
- Factores externos: Microentorno, macroentorno, entorno demográfico, entorno económico, cultura y subcultura, factores situacionales.
- Marketing Mix: Producto, precio, promoción, distribución.

Posteriormente al proceso de compra se dan lugar dos actividades, el consumo del producto y posteriormente la evaluación de la decisión que tiene una estrecha relación con las expectativas. Así pues se podrán dar tres opciones: satisfacción con el producto, insatisfacción o disonancia cognitiva.

El punto central de la investigación ha consistido en la realización de una encuesta a un total de 883 personas. El porcentaje de mujeres ha sido mayor que el de hombres, un 56,7% frente a un 43,3%. El grupo de edad de entre los 26 a los 45 años ha sido el que más ha contestado, mientras que, debido al tipo de medio por el que ha sido enviada la encuesta, los mayores de 65 solo han

representado a un 3,6% del total de los encuestados. En lo que respecta a la situación laboral, más de la mitad de los encuestados son trabajadores por cuenta ajena, y el grupo de deportistas de élite ha representado cerca de un 10% del total.

### **Consumo de Carne:**

- El 94,8% de los encuestados consumen carne, dicho porcentaje es mayor en hombres que en mujeres. El 100% de los deportistas introducen la carne en su alimentación.
- El principal motivo que ofrece el 5,2% que no consume carne, es por llevar a cabo una alimentación vegetariana o vegana.

### **Consumo de carne de ternera:**

- La carne de ternera es el segundo tipo de carne que más se consume por parte de los encuestados, por detrás de la carne de ave.
- El 82,5% consumen carne y ternera. En lo que respecta a los deportistas de élite, el 90,3% consume ternera, y su frecuencia media de consumo tanto de carne como de ternera es mayor que en el resto de la población.
- El 71,4% de los deportistas que no consumen ternera, toman suplementaciones proteicas, porcentaje muy superior al del grupo total de deportistas, los cuales el 48,6% toman suplementación.
- El lugar de elección para el consumo de ternera para la mayor parte de los encuestados es el hogar, seguido de los restaurantes. En deportistas el consumo es muy similar en ambos lugares.
- A la hora de comprar carne de ternera, se puede observar como las personas con mayores rangos de edad prefieren llevar a cabo sus compras en carnicerías o tiendas de barrio, mientras que los más jóvenes la adquieren en supermercados o hipermercados.
- La compra de carne fresca es la más comprada por toda la población a estudio.
- En cuanto al tipo de corte de preferencia, el filete sigue siendo el de elección. La carne picada es consumida por un alto porcentaje de jóvenes, la cual es utilizada para la fabricación de hamburguesas u otros elaborados y presenta un precio económico. Por otra parte, cortes con precios superiores como entrecot, chuletón o solomillo son más consumidos por los rangos de edad superiores.
- Al igual que se explicaban en otras investigaciones, las propiedades organolépticas que más se valoran por parte de los encuestados son la ternura, la jugosidad y el sabor.
- Otros factores que interesan a los consumidores de carne de ternera son la apariencia de fresca y el color, garantía de que es saludable y por supuesto el precio.
- Las perspectivas para el futuro son más positivas que otros estudios recientes, el 78,4% opina que su consumo de ternera en los últimos años se ha mantenido constante o incluso ha aumentado.
- Los conocimientos e información que tiene la población acerca de los estándares de calidad de la ternera criada en España, propiedades nutricionales, existencia de razas con menores porcentajes de grasa o acerca de la importancia de la misma en deportistas, sigue siendo escasa, por lo que sería importante aumentar su promoción y difusión mediante distintas estrategias de Marketing.



## 6. CONCLUSIONES

El sector del vacuno de carne es uno de los más importantes a nivel nacional, y la carne de ternera se encuentra dentro de las tres carnes más consumidas por la población española.

La ternera, gracias a su composición a nivel nutricional, rica en aminoácidos esenciales que forman sus proteínas, minerales y vitaminas otorga muchos beneficios al organismo, siendo importante incorporarla en la dieta de las personas y especialmente en deportistas para un mejor mantenimiento, desarrollo y recuperación muscular, disminución de la fatiga, lograr un rendimiento óptimo y buen funcionamiento del cuerpo.

Es importante estudiar el comportamiento del consumidor, ya que son muchos los factores que van a determinar la decisión de compra por parte del consumidor: internos, externos y marketing mix. Una vez el producto ha sido consumido y en relación directa con las expectativas del producto se podrá dar satisfacción, insatisfacción o disonancia cognitiva.

Gracias a la realización de una encuesta, se ha conseguido profundizar acerca del comportamiento del consumidor y sacar distintas conclusiones, algunas de las cuales se han expuesto en el punto anterior de Descripción y Resultados y que podrán ser utilizadas por las empresas mencionadas anteriormente para mejorar su posición en el mercado entre otras cosas.

## 7. CAMPOS DE APLICACIÓN

La investigación presente, ha permitido conocer los hábitos de consumo de un total de 883 encuestados y sacar distintas conclusiones acerca del comportamiento del consumidor con respecto al consumo de carne de ternera y podrá ser utilizada para los siguientes fines:

En primer lugar, el estudio va a permitir a las empresas José Royo e hijos dedicada a la compra y cría de vacuno de carne y a Carne Natural Hnos. Royo dedicada a la comercialización de carne de vacuno, tener un mayor conocimiento sobre los gustos, tendencia de consumo y necesidades de la población, con el fin de poder seguir produciendo un producto que se adecue a gustos del consumidor. Como se ha ido explicado en el apartado 6. Conclusiones, los resultados recopilados pueden ser utilizados por las empresas para identificar oportunidades de negocio, mejorar su posición en el mercado, obtener una ventaja competitiva frente al resto de competidores y por supuesto, desarrollar nuevas estrategias de marketing.

En segundo lugar, determinada información será enviada a algunas organizaciones españolas que trabajan con el vacuno de carne y la ternera si así lo desean, como la Interprofesional del Vacuno de carne (ASOPROVAC), la Asociación Española de Productores de Vacuno de Carne (ASOPROVAC), o la Confederación Nacional de Blonda de Aquitania (CONABA). De igual forma algunos resultados se enviarán a los encuestados que así lo han solicitado.

Por último, se está estudiando como esta investigación puede ser utilizada por nutricionistas y deportistas, con el fin de que conozcan la importancia de incorporar ternera en su nutrición, por las propiedades que esta les aporta y ser clave para una mejora en su rendimiento y recuperación.

INFORME DE DEFENSA: Estudio del comportamiento del consumidor. Consumo de carne de ternera en la población y deportistas de élite