

Conferencia Interdisciplinaria de Avances en Investigación



Influencia del bienestar de los animales de granja en los mercados y actitudes de los consumidores en Latinoamérica: Los casos de México, Chile y Brasil

Einar Vargas Bello Pérez¹, Genaro C. Miranda de la Lama², Dayane Lemos Teixeira¹, Daniel Enríquez Hidalgo¹, Tamara Tadich³, Joop Lensink⁴

evargasb@uc.cl, g.miranda@correo.ler.uam.mx

¹ Pontificia Universidad de Chile, ² Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Lerma, ³ Universidad de Chile, ⁴ Lille Cedex, France

DOI: 10.24275/uam/lerma/repinst/ciai2018/000136/Vargas

CIAI 2018

Introducción

La sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y el consumo, así como el papel de las etiquetas éticas, han recibido una gran cantidad de atención en el dominio público y en la investigación.



El bienestar animal es importante en la producción sostenible

¿Qué es el bienestar animal?

Puede definirse como el estado del individuo en lo que respecta a sus intentos de hacer frente a su entorno.

Requiere un enfoque multidisciplinario y un equilibrio de la ciencia con componentes filosóficos.

Recientemente, ha aumentado la investigación basada en encuestas sobre la actitud de los consumidores hacia el bienestar de animales de granja. Sin embargo, la mayoría se han realizado en Europa.

A pesar de esto, la evidencia científica en América Latina, indica que los consumidores latinoamericanos están cada vez más preocupados por el bienestar animal, mismo que relacionan con la calidad de los alimentos.

México, Chile y Brasil

Pertencen a la organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y se han convertido en referentes en términos de publicaciones científicas.



En América Latina son pocas las investigaciones que incluyen las actitudes y percepciones de los consumidores.

Objetivo

Discutir aspectos de producción relacionados con la producción ganadera, la preferencia del consumidor y algunos aspectos políticos de México, Chile y Brasil; y asociarlos con los resultados de estudios publicados sobre las actitudes de los consumidores hacia la producción y bienestar del ganado.

Material y métodos

Producción y consumo de ganado

América Latina es una región importante para la producción ganadera y el comercio mundial de productos animales. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO):



BRASIL

Cabezas de ganado: 213 millones.
Principal productor de carne en América latina.
Consumo de carne de vaca y ternera: 24.2 kg/persona.
Mayor consumidor de leche.

Cabezas de ganado: 39 millones.

Consumo de carne de vaca y ternera: 8.8 kg/persona.
Uno de los mayores consumidores de leche.

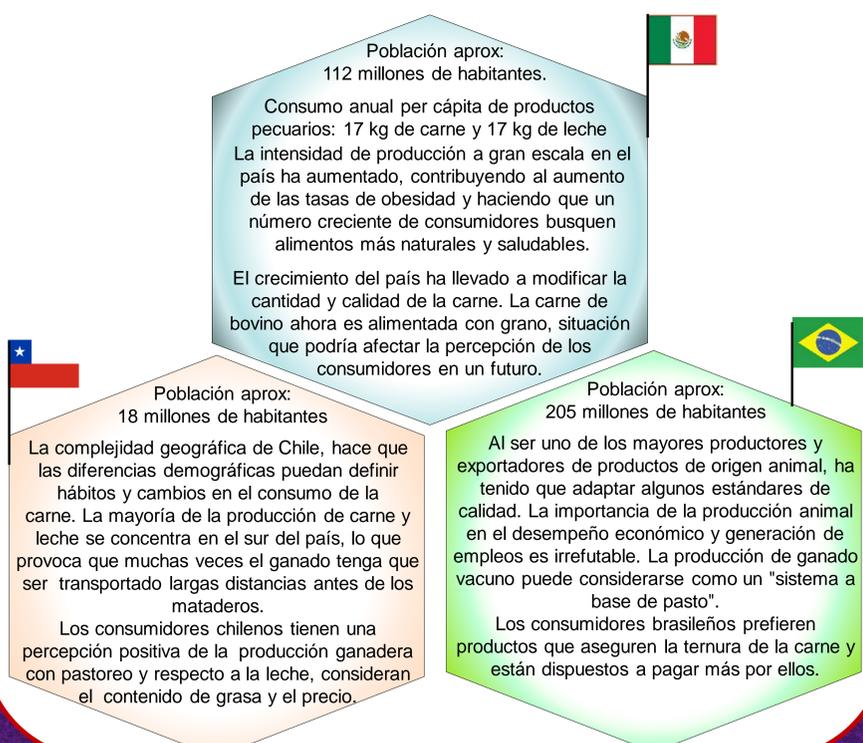
MÉXICO



CHILE

Cabezas de ganado: 3.7 millones
Consumo de carne de vaca y ternera: 15.0 kg/persona
Uno de los mayores consumidores de leche

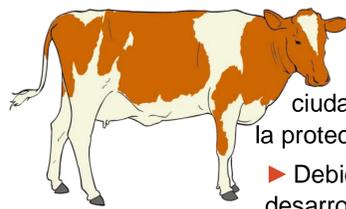
Estos consumos podrían estar relacionados con factores como el nivel de vida, la producción ganadera, los precios al consumidor, etc.



Resultados

Bienestar de animales de granja en México, Chile y Brasil

Los tres países han llevado a cabo investigaciones científicas para apoyar la política local, que se ajusta a las normas de bienestar de los animales de granja de la OIE.



► México ha tardado en actualizar sus reglamentaciones legales sobre el bienestar de los animales de granja. Sin embargo, los ciudadanos están desarrollando preocupación por la protección y bienestar de los animales.

► Debido a la situación actual de México, es esencial desarrollar métodos basados en la realidad mexicana para garantizar la autenticidad de productos que beneficien a los animales.

► Desde 2009, Chile cuenta con una Ley de Protección Animal, a la que en 2013 se añadieron 3 puntos: 1) la protección de los animales de granja dentro de un sistema industrial; (2) la protección de los animales destinados al consumo humano durante el sacrificio; y (3) la protección de los animales de granja durante el transporte.

► Los consumidores responden a una demanda por productos con "Normas de bienestar animal".

► Brasil implementó desde 2008 regulaciones para favorecer el desarrollo del consumo ético. Sin embargo, el esfuerzo para implementarlas ha sido limitado.

► En Brasil es importante hacer consultas de interés público como una clave antes del desarrollo industrial o gubernamental de bienestar de los animales de granja.

Actitudes del consumidor hacia el bienestar de animales de granja

► Las personas pueden tener diferentes actitudes dependiendo si actúan como ciudadanos o consumidores.

► En México, los atributos más valorados del bienestar animal son la alimentación saludable y el interés por productos naturales. Por lo que puede que la baja demanda de productos amigables con el bienestar animal aumente.

► En México es necesario desarrollar un sistema de certificación confiable que incluya el bienestar como etiqueta ecológica.

► En el caso de Chile, se ha detectado que el precio es el atributo menos importante en el proceso mientras que el atributo de aseguramiento de calidad es el más importante. Los consumidores chilenos están dispuestos a pagar un precio más alto por carne producida bajo principios de bienestar animal.

► En Brasil, estudios recientes han sugerido una falta de conocimiento de los brasileños sobre los sistemas de producción y bienestar animal. Sin embargo, las preocupaciones sociales con respecto al tratamiento ético de los animales han aumentado.

► Los ciudadanos brasileños rechazan práctica de cero pastoreo debido al posible efecto negativo en el bienestar de los animales, calidad del producto y pérdida de naturalidad.

Discusión y conclusiones

Dado que varios estudios en América Latina han indicado que los consumidores consideran el bienestar animal al comprar productos, se podría desarrollar un nuevo concepto de calidad que incluya el componente ético de los sistemas de producción, como un valor agregado. México, Chile y Brasil tienen marcadas diferencias económicas y geográficas, mismas que generan un impacto en las actitudes de los consumidores hacia los sistemas de producción animal.

La garantía de calidad sigue siendo el atributo más importante para los consumidores de los tres países. Las legislaciones nacionales, la investigación científica, la educación y el desarrollo económico son aspectos que deben estudiarse y no pueden trabajarse por separado para promover y mejorar las actitudes de los consumidores hacia el bienestar de los animales en los sistemas de producción lechera y vacuno. Se necesitan más estudios que integren los enfoques de atributos múltiples y jerárquicos a la calidad para verificar cuánto más los consumidores están dispuestos a pagar por productos que favorezcan el bienestar y si esa cantidad cubre los costos adicionales asociados con las normas de bienestar animal.

Bibliografía y referencias

El presente cartel es un resumen del artículo:

Bello Pérez, E. V., Miranda de la Lama, G. C., Lemos Texeira, D., Enríquez Hidalgo, D., Tadich, T., & Lensink J. (2017). Farm animal welfare influences on markets and consumer attitudes in Latin America: the cases of Mexico, Chile and Brazil. *J Agric Environ Ethics*. 30, 697-713.

DOI: 10.1007/s10806-017-9695-2