

Queso de oveja Ecológico

■ Su consumidor
y la
posibilidad de
sostener su
producción
con un
sobreprecio

JOSÉ LUIS SÁEZ ISTILART Y CRISTINA ALDUNATE ZUZA (ITG GANADERO, S.A.)
MERCEDES SÁNCHEZ GARCÍA (UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA-UPNA)

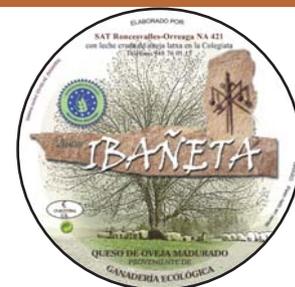


L Instituto Técnico y de Gestión Ganadero de Navarra busca referencias propias en la producción de leche ecológica de oveja en explotaciones de montaña.

Con ese fin tiene implantado, desde el año 2003, este sistema en su Finca Experimental de Roncesvalles empleando ovejas de raza lacha. Las conclusiones de este periodo experimental ponen en evidencia que la rentabilidad con este sistema es muy comprometida, incluso con unos buenos índices técnicos, (ver artículo: "Sistema de Producción ecológico: balance técnico económico" en la revista NAVARRA AGRARIA nº 173. Y en las páginas Web: www.navarraagraria.com - www.itgganadero.com). Quedaba por determinar si los consumidores estarían dispuestos a pagar un precio más caro por el queso producido con leche ecológica para compensar el esfuerzo y el mayor coste económico de los productores. Con ese fin **se llevó a cabo una encuesta tomando de muestra el propio queso ecológico (marca IBAÑETA) elaborado por la SAT Roncesvalles con la leche de la finca experimental.**

En la página web de Navarra Agraria pueden encontrarse los resultados completos y el cuestionario empleado.

Destacaremos que la disposición media a pagar, detectada por medio de dicha encuesta, no ha superado la cantidad real adicional que los encuestados habían pagado al comprar queso ecológico. Todo ello a pesar de tratarse de una muestra sobre individuos con una alta sensibilidad por el medio ambiente a la hora de elegir alimentos, que conceden alta importancia a la alimentación en el gasto, con un nivel cultural medio-alto y un nivel de renta medio. No se han encontrado bases sólidas para que la búsqueda de la rentabilidad se pueda apoyar en una mayor disposición de los compradores a pagar. Aunque sí se ha detectado un grupo de consumidores que está dispuesto a pagar algo más de lo previsto. Son hombres, consumidores de queso de oveja entre una y dos veces por semana y ligados a la compra directa al productor.



Desde el año 2003, tras un periodo de transición iniciado en el año 2000, la finca Experimental de Ovino Lechero de ITG Ganadero en Roncesvalles se explota en Régimen de producción ecológica.

La leche producida es adquirida por la S.A.T. Roncesvalles para su transformación en queso ecológico que se vende bajo el nombre comercial de Ibañeta. Toda la leche producida se ha vendido con certificación de producción ecológica a lo largo de más de seis años.

El diseño del plan de producción se realizó bajo el supuesto de alcanzar los 1,30 euros por la venta de cada litro de leche ecológica, un precio superior al de la leche convencional pero necesario para remunerar el sobrecoste que supone la producción ecológica para el ganadero. En consecuencia el precio que se fijó para el kilo de queso ecológico "Ibañeta", fue de 15 euros, tres más que el precio de un queso igual que éste pero convencional.

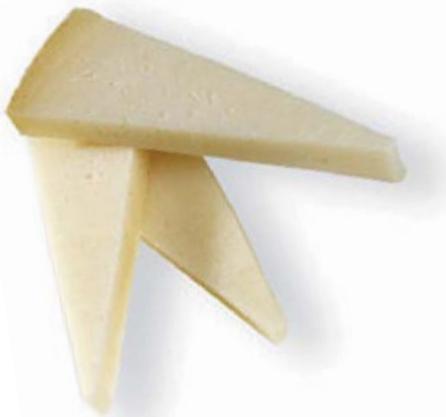
Una encuesta a consumidores de queso ecológico

El ITG Ganadero se planteó llevar a cabo un sondeo mediante una encuesta a los consumidores de este queso ecológico, con el objetivo de conocer los motivos que les movían a consumirlo.

La realización de una consulta a personas que eligen este producto, nos podía ayudar a conocer qué aspectos valora este comprador de queso de oveja ecológico y quién es ciertamente ese consumidor. Esto puede contribuir a la mejora de los planes de producción, alimentándonos también de la experiencia acumulada desde el año 2003. Además, ayudará a conocer qué es lo que realmente valora el consumidor de este tipo de queso y qué percibe como superfluo dentro de este sistema de producción.

Los tres puntos donde se vende este queso son: la propia quesería situada al lado de la explotación de ITG Ganadero, el establecimiento situado en las instalaciones de la Real Colegiata de Roncesvalles y el establecimiento EKODENDA, especializado en la venta de productos de alimentación ecológicos.

También se recogieron un número mínimo de encuestas en una feria de productos ecológicos celebrada en el Baluarte de Pamplona en el año 2006.



Desde 2002 a 2004 se entregó una encuesta a cada persona que compraba un queso ecológico en cada uno de estos puntos de venta, después de que se le ofertasen otros tipos de quesos, según la localización. Por ello el diseño de la encuesta se adaptaba a cada una de las localizaciones.

En la quesería y en la tienda de la Real Colegiata el consumidor elegía este queso frente a dos tipos de queso convencional:

- Queso de oveja curado mínimo dos meses, natural, marca ORREAGA.
- Queso de oveja curado mínimo dos meses ahumado marca Orreaga.

El queso ecológico se ofrecía a un precio de 15 euros/kilo en Roncesvalles, tanto en la quesería como en la tienda cercana, frente a los 12 euros a los que se ofrecía el convencional, ahumado o no.

En la feria de productos ecológicos celebrada en 2006 Baluarte sólo se ofrecía queso ecológico, a un precio superior al de la quesería o la tienda de Roncesvalles: 18 euros/kilo.

En la tienda EKODENDA el queso se ofrecía frente a otras marcas y tipos de queso ecológicos a un precio parecido al de la feria.

Sólo se recogieron 48 encuestas completas durante estos años de control. Se optó por mantener el diseño amplio, frente a ensayar reducirla para quizás conseguir mayor número de encuestas completas entregadas.

Problemas con el correo de retorno

también redujeron potencialmente el número de encuestas recogidas.

La inmensa mayoría de encuestas se recogieron en la quesería y en la tienda de la Real Colegiata, 41 del total de 48.

Ver www.navarraagraria.com

En la página web de la revista puede verse el texto completo de la Encuesta realizada a los consumidores de queso ecológico Ibañeta, en el enlace siguiente: <http://www.navarraagraria.com/n175/encuesta.pdf>

Quiénes son las personas que han entregado esta encuesta

La encuesta fue contestada por personas del siguiente origen y sexo:

- Navarra: 4 varones y 10 mujeres.
- Fuera de Navarra (Alava, Alicante, Madrid, Andorra, Barcelona, Burgos): 20 varones y 13 mujeres.

La edad media de las personas que entregaron la encuesta fue de 51 años para las mujeres y 43 para los varones. La media de hijos por persona que entrega la encuesta es de 1,25 hijos.

Se declaran como de nivel de renta medio en la amplia mayoría de los casos. No obstante, las personas que dan el dato de su sueldo mensual neto, dicen que su nivel de renta es medio y afirman ganar unos 1.800 euros al mes de media.

Son personas concienciadas con el medio ambiente, que en el 70% de los casos reciclan siempre y casi todos ellos al menos a veces, en sus hogares.

El 60% poseen formación a nivel universitario y el 32% formación profesional.

Las denominaciones Idiazábal, Roncal y Manchego son conocidas por casi todos ellos, en más del 80% de los casos en cada una de ellas. Éstas tres son las denominaciones más conocidas ya que el 62% dice no conocer ninguna otra denominación.

No obstante en muchos casos se confunden denominaciones de origen con marcas u otras, como es el caso de expresar queso de Urbasa como una denominación en una tercera parte de las encuestas.

El 52% se declaran con un nivel medio de conocimiento de quesos, el 40% como poco expertos y el resto como muy expertos. Pero es significativo que la mayoría de los que se declaran como muy expertos han confundido denominaciones de origen con marcas y tipos de quesos.

Respecto al grado de conocimiento correcto sobre la producción de la leche para un queso ecológico, de media el 60% de las respuestas a todas las preguntas planteadas en este sentido en la encuesta son contestadas correctamente. El mayor grado de conocimiento correcto se da respecto a los modos de cultivos de los forrajes para los animales y el modo de tratamiento sanitario animal.

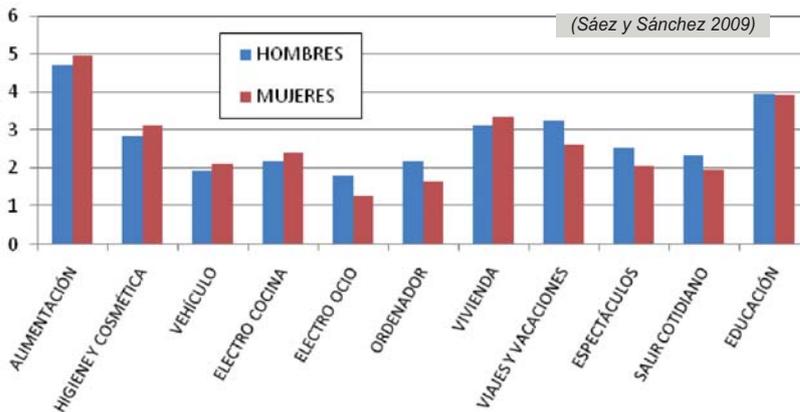
La mayoría de los encuestados declaran ser la persona que hace la mayoría de la compra en su hogar o al menos de forma compartida.

No obstante son personas que no tienen un gran hábito de consumo de productos ecológicos a juzgar por sus respuestas. El 65% de los encuestados consumen productos ecológicos 2 veces al mes o menos y el resto no consumen más de 3 veces al mes.

El 70% de los casos declara que el queso elegido es para consumo familiar.

A la hora de gastar, la figura 1 recoge la valoración, de 1 a 5, de lo que estas personas han considerado más importante. Destacan la alimentación y la educación, respecto al resto de aspectos.

Figura 1.- IMPORTANCIA A LA HORA DE GASTAR. ENCUESTA A CONSUMIDORES DE QUESO ECOLÓGICO.



Cómo eligen el producto

Son personas que han elegido este queso frente a otras opciones, salvo en las tres encuestas recogidas en la Feria de productos ecológicos de Pamplona.

La inmensa mayoría lo ha elegido frente a un queso similar, con curado mínimo de 2 meses (uno menos que éste) en las versiones ahumado o no ahumado. En 4 de los casos recopilados en la localización EKODENDA, la elección se efectuaba frente a otros quesos de oveja ecológicos o no, similares a éste, de denominación Idiazábal o Roncal, y un queso de cabra ecológico.

A la hora de comprar un alimento, son personas que valoran especialmente la forma de producción respetuosa con el medio ambiente, la calidad, la seguridad alimentaria, el valor para la salud, el sabor y la garantía de la persona que se le ofrece. Así se refleja en la figura 2.

La mayor diferencia entre varones y mujeres se da en la valoración del origen del producto y la garantía de la persona. El grado de confianza de los consumido-

res hacia las personas o entes que les hablan de las bondades de un queso ecológico se manifiesta, en mayor grado, hacia los técnicos, consejos reguladores, ganaderos, queseros y organismos oficiales. No hay grandes diferencias entre varones y mujeres pero los más expertos tienden a valorar más a los técnicos aunque sin grandes diferencias. Curiosamente los que se consideran como más expertos tienden a valorar más la opinión de amigos y conocidos.

Respecto a las características más valoradas en un queso curado de oveja, los encuestados, lógicamente, muestran una gran valoración del hecho que sea ecológico pero curiosamente el grado de valoración es parecido a que les guste. (Ver figuras 3 y 4)

A nivel general, los ingredientes, ser de producción ecológica, la fecha de caducidad y la denominación de origen han sido los aspectos más valorados.

Entre varones y mujeres la mayor diferencia se muestra para la valoración de la fecha de caducidad, éstas le dan la mayor valoración a éste aspecto.

Figura 2.- QUÉ SE VALORA MÁS A LA HORA DE COMPRAR UN ALIMENTO

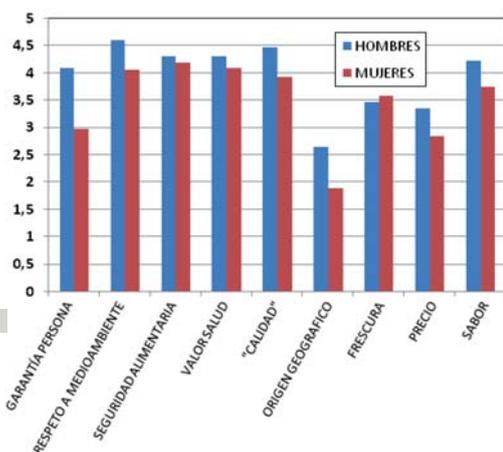


Figura 3.- IMPORTANCIA QUE SE DA A DATOS MOSTRADOS EN LA ETIQUETA DE UN QUESO.

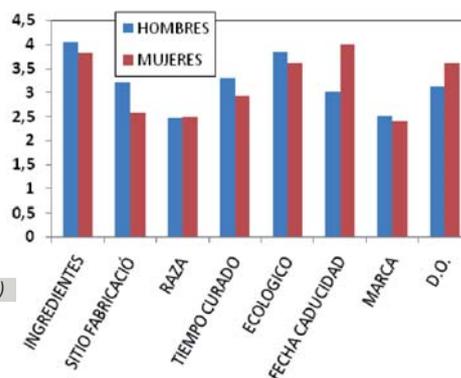
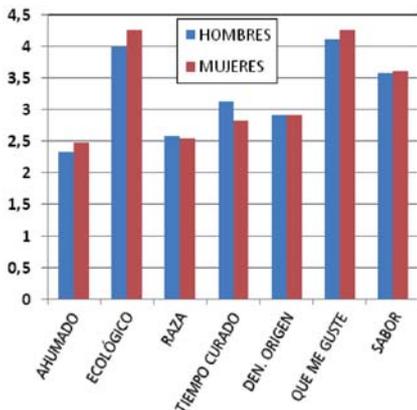


Figura 4.-

VALORES MAS APRECIADOS EN UN QUESO. (Sáez y Sánchez 2009)



La inmensa mayoría ha contestado que piensan que la D.O. cubre sus expectativas sobre un producto.

Frecuencia y localización del consumo



La mayoría de los encuestados afirman comprar habitualmente queso en los hipermercados. Los hombres muestran una cierta tendencia a comprar al productor.

Respecto a la frecuencia de consumos de quesos, los encuestados muestran la mayor tendencia a consumir queso de oveja convencional con una frecuencia de una a dos veces por semana y otros quesos en frecuencia próxima a 1 vez por semana.

Más de la mitad declaran que no es la primera vez que consumen este queso ecológico. La mayoría han llegado hasta el mismo sin haberlo planeado y por información de ITG o de la zona donde lo han comprado.

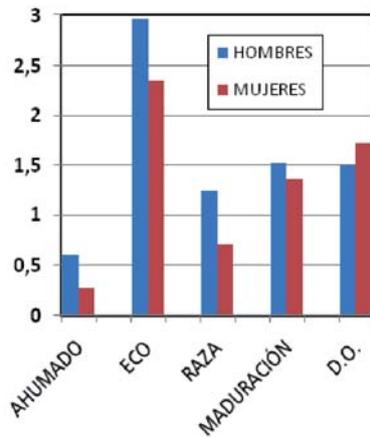
Consideraciones respecto al precio del producto

Trece de los encuestados dicen que no conocen el precio de un queso similar a éste pero convencional. De los 29 encuestados que dicen que sí saben cuanto vale, sólo 15 ponen precio al mismo y lo sitúan en 12,4 euros de forma bastante aproximada al precio real al que se oferta en los puntos de venta de Roncesvalles.

A la mayoría les parece adecuado el

Figura 5.-

DISPOSICIÓN A PAGAR (EUROS POR KILO) POR LAS CARACTERÍSTICAS DE UN QUESO. (Sáez y Sánchez 2009)



precio al que lo han comprado (tanto a 15 euros como a 18), siendo esto igual en todos los casos de nivel de experiencia en conocimiento de quesos (34 casos de los 46 casos contestados a esta pregunta)

En 10 de los 46 casos, el precio de este queso, a 15 euros/kilo, se considera caro. Sólo un caso considera el precio de 15 euros barato.

A los que les parece caro fijarían el precio en 11,7 euros de media.

De media siempre domina la mayor intención de pago adicional para la característica ecológico, pero en una cifra que no alcanza el precio adicional de 3 euros, que es lo que estos encuestados han pagado por ello. Los autoconsiderados muy expertos son los que menos pagarían por esa característica y por la maduración mas larga.

La causa de pagar o no porque el queso sea ecológico es muy diversa, aunque sólo declaran la razón 7 casos. Uno dice que pagaría más por ser caro de producir, otro valora la alimentación de las ovejas y el hecho de evitar aplicar antibióticos, otro dice que paga más porque lo asocia a producir menos pero de mejor calidad, otro porque su elaboración es distinta y un último dice que pagaría más porque lo considera más "competitivo" frente a otros. Hay dos casos que dicen que no pagarían más: uno porque considera que todos los quesos debieran ser ecológicos, y otro porque se debiera estimular su compra siendo el mismo precio al consumidor.



ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

DISPOSICIÓN A PAGAR:

Podemos afirmar que no hay grandes diferencias en la disposición a pagar según el nivel de expertos.

Sí que es cierto que los varones pagan más que las mujeres porque el queso sea ecológico.

Las personas que pagan más por producción ecológica también pagarían más por la raza, el mayor tiempo de curado y la denominación de origen.

No se han descubierto relaciones entre la disposición a pagar y las características buscadas en los alimentos. Tampoco entre la disposición a pagar y aspectos como la edad, el número de hijos o el nivel de renta.

Es muy interesante observar como las personas que más consumen ecológico más valoran al componente ingrediente.

GRUPOS POR DISPOSICIÓN A PAGAR:

A pesar de que la media de sobreprecio a pagar por la característica "ecológico" se ha mostrado inferior a lo que realmente han pagado (la mayoría de ellos han pagado 3 euros más por kilo), se han observado dos grupos en cuanto a la disposición a pagar un sobreprecio por esta característica:

- Los que pagarían en torno a los 3,7 euros más por kilo:
- Los que pagarían en torno a 1,13 euros más por kilo

En la tabla 1 de la página siguiente se recogen las características por las que se definen estos dos grupos.

DISPOSICIÓN A PAGAR:

Los aspectos que más diferencian a estos dos grupos son:

- **El sexo:** En el grupo con menos disposición a pagar dominan las mujeres.
- **La caducidad o la importancia para la salud:** Los valoran más quienes menos pagarían porque el queso fuese ecológico
- **La compra directa al productor:** los que más compran de forma directa al productor son los que muestran mayor disposición a pagar.

Llama la atención que el grupo que tiene menor disposición a pagar sea el que da más importancia a la alimentación en el gasto y al valor de un alimento para la salud.

Respecto a las características socio demográficas no existen diferencias entre estos dos grupos para: el nivel de renta, nivel de estudios, número de hijos, actitud hacia el reciclaje, el lugar de adquisición del queso, la valoración de los motivos más importantes de gasto o el tipo de consumidor. No hay diferencias tampoco para el nivel de autoconsideración de experiencia en quesos.



conclusiones

En una primera revisión de los datos se echa de menos que estos no sean más abundantes. El número de respuestas conseguidas ha sido limitada y compromete la seguridad en las afirmaciones de aspectos que a veces se observan pero no soportan contrastes estadísticos.

Sin embargo, desde el ITG Ganadero se ha considerado interesante comentar en esta revista los resultados obtenidos para aportar más datos sobre los consumidores de este producto.

Llama la atención comprobar, en la descripción de resultados medios, que aspectos como la raza de la oveja productora, es una de las dos características menos valoradas en la disposición a pagar. Sin embargo éste es un aspecto estrechamente ligado a determinadas denominaciones de origen, que son valoradas, en la disposición a pagar, de media, en segundo lugar, tras la característica "ecológico".

No hay un perfil claro, o al menos parecido a alguno de los esperables, en cuanto a las características de los grupos en la disposición a pagar por que el queso sea "ecológico". **Aspectos como el sexo masculino, la mayor frecuencia de consumo de queso de oveja y la adquisición directa al productor, son definitorios de grupos con mayor disposición a pagar.** Contrasta que la importancia dada a la salud en la compra de alimentos es más valorada por los que menos pagarían.

La disposición media a pagar ni siquiera supera la cantidad adicional que realmente han pagado por este producto ecológico, incluso en el entorno de personas que han elegido el queso ecológico frente a otro, y que se caracterizan de media por:

- Tener un conocimiento

medio de las características de la producción ecológica.

- Ser consumidores habituales de queso de oveja.
- Estar sensibilizados con el medio ambiente a la hora de valorar alimentos.
- Dar una importancia alta a la alimentación en el gasto.
- Tener un nivel cultural y de renta medio-alto.

De los resultados de esta encuesta se deduce que **parece difícil alcanzar un sobreprecio superior sólo por la característica "ecológico"**. Hay que recordar que dentro de las características que más han valorado estos consumidores en un queso, la valoración media ha sido parecida para la característica de ser ecológico y para el hecho de que les guste. La relación entre el gran esfuerzo que supone la consecución de la característica ecológica y su retribución por el consumidor se muestra menos atractiva que otras a la hora de valorizar el producto, como pudieran ser la propia denominación de origen o el tiempo de maduración. De hecho los ganaderos que emplean la misma raza de oveja y están en su mayoría bajo la Denominación de Origen Idiazábal, consiguen un precio de leche incluso superior al que se ha obtenido por la venta del queso ecológico elaborado con la leche de la Finca Experimental de Roncesvalles desde 2003. Estos ganaderos se ven sometidos a menos condicionantes en su producción, obtienen un precio de leche superior y soportan unos precios inferiores en las compras de concentrados y forrajes, lo que les permite alcanzar un mejor rendimiento económico que el conseguido con la producción ecológica en Roncesvalles.

Sin embargo, al analizar desde el punto de vista técnico y económico el sistema de producción de leche de oveja ecológica, se concluye que es necesario un sobreprecio del 35% del queso para rentabilizar el sistema.

Tabla 1.- Descripción de los grupos detectados en función de la intención de pagar más por la característica "ECOLÓGICO". Sánchez y Sáez 2009.

	GRUPO 1. SOBREPRECIO 3,7 EUROS/KILO	GRUPO 2. SOBREPRECIO 1,13 EUROS KILO
PORCENTAJE DE CASOS	51%	49%
SEXO	70% HOMBRES Y 30% MUJERES	28% HOMBRES Y 72% MUJERES
EDAD	42,25 AÑOS	47,72 AÑOS
IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN EN EL GASTO	4,67 SOBRE 5	4,94 SOBRE 5
ADQUISICIÓN DIRECTA AL PRODUCTOR	NO 30% SI 70%	NO 72% SI 28%
FRECUENCIA DE CONSUMO DE QUESOS		
QUESO DE OVEJA CONVENCIONAL	Entre una y dos veces por semana	Una vez por semana
QUESO DE VACA	Menos de una vez por semana	No consumen este queso
OTROS QUESOS	Menos de una vez por semana	Una vez por semana
CONSUMO CON AMIGOS	NO 80% SI 20%	95% 5%
IMPORTANCIA DE LA SALUD EN LA COMPRA	3,75 SOBRE 5	4,53 SOBRE 5
VALORACIÓN DE LA FECHA DE CADUCIDAD	3,05 SOBRE 5	4 SOBRE 5