

# La mitad de los españoles no come carne de vaca

El estudio de la compra diaria de 6.000 familias revela la 'revolución silenciosa' del consumidor

**JOAQUINA PRADES** Madrid 4 MAR 2001

6.000 familias, seleccionadas por el Ministerio de Agricultura para que cada día sometían la cesta de la compra a un lector óptico que remite los códigos de barras a un ordenador central, sitúan en términos reales la caída del consumo de ternera en España ante las *vacas locas*. No se trata del 80%, como sostiene el presidente de los carniceros, José Folgado, ni de cifras similares manejadas por ganaderos en algunos momentos de la crisis. La encuesta cifra el desplome en un 48%, sin indicios de recuperación. Las asociaciones de consumidores y representantes de la Administración aseguran que la crisis ha cambiado los hábitos de los españoles y que el mercado tiene que vérselas a partir de ahora con un perfil muy distinto del consumidor.

La mitad de los españoles que compraba habitualmente ternera o vacuno antes de detectarse, el pasado 22 de noviembre, la primera res afectada por la encefalopatía espongiforme bovina (EEB) ha dejado de hacerlo, según el avance del último estudio sobre la compra diaria de 6.000 familias elaborado por el Ministerio de Agricultura. Esta encuesta, adelantada a EL PAÍS, cifra en torno al 48% la caída del consumo respecto a enero de 2000, y constituye, a efectos oficiales, el dato más fiable en el marasmo de estimaciones contradictorias que circulan en estos tres primeros meses de la epidemia en España.

El 48% es una caída espectacular, según los expertos, sólo superada en la Unión Europea por el 50% de los consumidores alemanes. Para Carmen Núñez, subdirectora de Promoción Agroalimentaria de Agricultura, se trata de un dato tanto más sorprendente porque el consumidor español es 'muy conservador' en sus gustos culinarios. Núñez recuerda que ni la peste porcina de hace dos años ni la más reciente de pollos intoxicados con dioxinas hicieron mella en la cesta de la compra. La relativa sorpresa de esta analista de hábitos alimentarios no lo ha sido tanto para el director del Instituto Nacional de Consumo, Óscar López, quien opina que la crisis de las *vacas locas* ha evidenciado un comportamiento social inédito hasta ahora entre la mayoría de los españoles, pero, en su opinión, sin vuelta atrás: 'Ya no estamos ante un consumidor que se traga lo que le echen. Ahora el mercado se enfrenta con un comprador más culto, mucho más preocupado por la calidad y la relación con el medio ambiente de los alimentos, nada dispuesto a correr riesgos'.

---

## MÁS INFORMACIÓN

- [Agricultura admite que vacas y toros fueron alimentados durante años con piensos prohibidos](#)
- [Especial: Encefalopatía Espongiforme Bovina:](#)
- [Gráfico animado: El contagio del mal:](#)

## Sin recuperación

Arantza Laskurain, presidenta de Hispacoop -Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios-, lo comprueba cada día en los 44 híperts y el millar de

supermercados de la asociación que dirige. 'El consumo se ha desplomado y no hay síntomas de recuperación. Los carnívoros que entran en nuestros centros optan por el pollo, el cerdo y el cordero. Los demás, por pescado o vegetales. Da lo mismo que nos hayamos adelantado a las normas de etiquetado, exhibamos certificados de calidad o expliquemos que la carne cuenta con todas las garantías. Simplemente, no compran'.

Los carniceros afrontan la crisis como pueden. Muchos recurren a grandes carteles aclarando que su ternera proviene de Argentina; otros muestran cuantos controles sanitarios requiera el ama de casa. En algunos hipermercados de Alcampo se ha adornado el fondo del mostrador con pósters de vacas pastando en verdes praderas soleadas. Muchos detallistas han añadido a las barquetas de ternera una pegatina que dice: 'Producto natural'. Otros reparten folletos explicativos en las puertas de los comercios. Nada ha funcionado.

La mayoría de las etiquetas sigue sin explicar cómo y dónde ha sido alimentado el animal. Los centros de Eroski, Maxi Coop y Consum sí lo hacen -ninguna normativa legal obliga- y mantienen por ello una clientela fiel, pero sin sumar adeptos. Si la ternera ha sido severamente castigada por el consumidor, sus derivados han caído en picado. Según los sondeos de Hispacoop, casi nadie compra salchichas, y las latas con ternera para gatos - que, a diferencia de los perros, sí desarrollan la EEB- se amontonan en los anaqueles. Laskurain comenta: 'Las vacas locas marcan un antes y un después en la historia del consumo'.

¿Está justificada esta reacción de los consumidores? El presidente de los mataderos y salas de despiece agrupados en Asocarne, Fernando Pascual, cree que una conjunción de factores, ajenos a la enfermedad en sí misma, han contribuido a la deserción del comprador: 'Las imágenes de la vacas muertas entre ríos de sangre, con la lengua fuera, de la mina abandonada de Lanzá (A Coruña), la ministra hablando del caldo, los medios de comunicación insistiendo todos los días, la Unión Europea sembrando alarma... Todo ha influido'. Pascual cree que con una amnistía general al sector -'los ganaderos son un colectivo muy especial y si se les amenaza con multas o sanciones no colaboran. Es mejor no buscar responsabilidades y ser prácticos'- y un buen etiquetado en el futuro, problema resuelto. Nada que ver con lo que piensan las asociaciones de consumidores.

Un sondeo a 1.500 consumidoras realizado por Ceaccu (Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios), cuyos resultados se presentarán en breve, muestra el creciente rechazo de las españolas ante las hormonas, antibióticos, dioxinas, clembuterol, piensos incontrolados y pesticidas que se utilizan para el crecimiento antinatural de animales y vegetales. 'Guerra total a todo lo que suponga un riesgo para la salud', asegura la presidenta, Isabel Ávila. El confuso etiquetado actual y la ausencia de inspecciones y sanciones incrementa también el recelo de estas 1.500 amas de casa. Ávila cree que la crisis de las vacas locas ha generado 'desconcierto, indignación y desconfianza', al menos entre las 400.000 asociadas a Ceaccu. 'Han primado los intereses económicos de una forma salvaje, y ha fallado después la inspección y la actitud de los gobiernos. Las autonomías actúan como reinos de taifas; la Administración central se empeñó en que a nosotros no nos iba a pasar y que España, por alguna razón incomprensible, era inmune al mal que afectaba a nuestros vecinos. Claro, ahora la gente

ya no se cree nada de lo que le cuentan'. Antonio López, portavoz de Cecu, otra importante asociación de consumidores, cree, como Ávila, que lo que las vacas locascuestiona es el modelo de producción agrícola y ganadera. 'Todo ha valido con tal de generar beneficios rápidos, y ahora se han caído con todo el equipo'. López ve 'relación directa' entre el 'liberalismo desaforado de Margaret Thatcher' y el actual desastre que vive el Reino Unido. El portavoz de Cecu, la presidente de las amas de casa, el director de Consumo, la responsable de Hispacoop... Todos creen que la reacción de los consumidores constituye una 'revolución silenciosa' extraordinariamente eficaz. Al dejar de comprar han generado la mayor crisis que ha vivido el sector vacuno en la Unión Europea.

Todos siguen con expectación el debate que Alemania ha puesto sobre la mesa en Bruselas: si se ataca el problema desde su raíz y se prima una producción más acorde con la ecología y la calidad, como propone el Gobierno alemán y la Comisión Europea, o se echa mano de las subvenciones públicas para calmar a los ganaderos y después ya se verá, como pretenden Francia y España. A excepción del representante de los mataderos, los expertos consultados están convencidos de que 'en un futuro muy próximo, ya no toleraremos esa barbaridad de engordar un pollo en siete días', como afirma Antonio López, y que 'va a ser muy difícil que los consumidores perdonen las chapuzas', en palabras de Arantza Laskurain.

En el Instituto de Consumo trabajan con un reciente estudio de SigmaDos para la Fundación Entorno que, según su director, les ayuda a reconocer el presente y anticiparse al futuro. El sondeo revela que el 78% de los consumidores aseguran que no comprarían un producto del que supieran que, para su fabricación, se ha causado daño al medio ambiente. El 12% que contestó que le resultaba indiferente incluía una presencia insignificante de jóvenes. Síntomas como éste permiten al subsecretario de Sanidad, Julio Sánchez Fierro, buscar una vertiente optimista al problema: 'Yo creo que esta catástrofe va a tener consecuencias positivas. Y es que obligará a cambiar las prácticas anómalas de todo un sector. Los consumidores han enseñado los dientes'.

## Menús sin ternera también fuera de casa

La mayoría de los viajeros, padres de alumnos y parejas casaderas siguen sin fiarse de la ternera. Algunas de las grandes empresas de *catering* que suministran menús a colegios, comedores universitarios, asilos y banquetes de boda han eliminado el vacuno de sus menús. Así lo afirma, entre otros, una portavoz de Iberswiss, la empresa que llena cada año las bandejas de 14 millones de pasajeros de Iberia y Swiss Air. 'Los pasajeros la rechazaban, porque la sustituimos por cerdo, cordero, aves o pasta. Sólo la servimos si nos la piden'. Un representante de Wagon Lits, que abastece las grandes líneas de Renfe, comenta: 'La gente no la quería. La hemos suprimido en preferente, porque es menú fijo. Mantenemos la oferta en restaurantes y cafeterías, donde el cliente puede elegir'. En los colegios se observa también una reticencia general, inexistente para una de las empresas consultadas. Se trata de Sodexo. Patricia Canillas, su representante, dice que sólo han protestado 'tres o cuatro asociaciones de padres'. Alberto del Pozo, directivo de la firma aragonesa Seral, SA, proveedor de centros de la Federación Española de Religiosos de la Enseñanza (FERE), comedores universitarios y asilos, ha retirado la ternera por deseo de los

directores. Valero Sanz, de Alcesa, asegura: 'En los 30.000 menús diarios que destinamos a la población escolar no se incluye vacuno desde noviembre de 2000'. En el sector público, muchos colegios recuperan lentamente la rutina alimentaria, aunque con menos consumo que antes. En diciembre y enero el rechazo fue mayoritario, según Educación. Ahora empieza a remontar, después de que los Gobiernos autónomos remitieran cartas a padres y educadores avalando la calidad sanitaria de la carne. Donde existe unanimidad es en las empresas que organizan banquetes nupciales. La firma Lepanto, de Madrid, dice que un 35% de sus clientes han rechazado la ternera y solicitado en su lugar pato, cordero o avestruz. En la empresa Orfeo comentan que cuando los novios solicitan segundos platos alternativos explican que sus invitados declinan el vacuno.