



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**“ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SOBRE
LA GALLINA DE RAZA NEGRA CASTELLANA”**

AUTORA: NOELIA DEL VAL CASTELLANOS

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, FECHA



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2018-2019

TRABAJO FIN DE GRADO

**“ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SOBRE
LA GALLINA DE RAZA NEGRA CASTELLANA”**

Trabajo presentado por: Noelia del Val Castellanos

Firma:

Tutor: José Antonio Salvador Insúa

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, fecha

ÍNDICE

1. Introducción y justificación de la investigación	9
2. Objetivos del trabajo	10
2.1 Objetivo general:	10
2.2. Objetivos específicos	10
3. Marco teórico	11
4. Gallina Negra Castellana	13
4.1 Historia	13
4.2 Productividad	18
4.3 Distribución geográfica	19
4.4 Cría y alimentación	20
5. Metodología	21
5.1. Población y muestra del estudio	23
5.2. Técnicas de recogida de información. Instrumento.	24
5.3. Análisis de datos.	31
6. Resultados	32
7. Conclusiones	50
8. Limitaciones y prospectiva	52
8.1 Limitaciones	52
8.2 Prospectiva	52
9. Referencias bibliográficas	57
10. ANEXOS	59

Índice de Figuras

Figura 1.1: Diagrama evolución TIMMIS-TFG. Elaboración propia	9
Figura 4.1: Gallina Negra Castellana	14
Figura 4.2: Patrimonio valioso.....	15
Figura 4.3: Ganeca – Salvar a la Castellana Negra	16
Figura 4.4: Macho de la raza	17
Figura 4.5: Hembra de la raza	18
Figura 4.6: Huevo blanco de la Gallina Negra Castellana	19
Figura 6.1: Matriz datos	32
Figura 6.2: Matriz variables.....	33

Índice de Tablas

Tabla 5.1: Características de la metodología cuantitativa.....	23
Tabla 6.1: Tabla de frecuencia – conocimiento de la raza	34
Tabla 6.2: Tabla de contingencia	36
Tabla 6.3: Chi-cuadrado.....	37
Tabla 6.4: Tabla de contingencia.....	38
Tabla 6.5: Chi-cuadrado.....	39
Tabla 6.6: Tabla de frecuencia – interés por el producto	40
Tabla 6.7: Tabla de frecuencia – interés por intervalo de edad.....	42
Tabla 6.8: Tabla de frecuencia – consumo del producto.....	44
Tabla 6.9: Variable no transgénico	46
Tabla 6.10: Variable salud	46
Tabla 6.11: Variable sabor.....	47
Tabla 6.12: Variable no compraría.....	47
Tabla 6.13: Tabla de frecuencia – aceptar precio más alto	49
Tabla 9.1: Análisis DAFO	55

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Porcentajes de conocimiento respecto a la edad y el sexo.....	35
Gráfico 2: Porcentajes de interés de la muestra.....	41
Gráfico 3: Porcentajes de interés por el producto respecto a la edad	42
Gráfico 4: Porcentajes de consumo del producto.....	45
Gráfico 5: Comparativa variables de consumo.....	48
Gráfico 6: Porcentajes aceptación del precio elevado del producto	49
Gráfico 7: Frecuencia de consumo de los huevos de la muestra	53

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo analizar el conocimiento de la Gallina Negra Castellana, así como de su producto: el huevo ecológico. Para ello se hablará de esta raza y se analizarán los resultados obtenidos gracias al cuestionario elaborado para esta investigación. Se formularán preguntas de investigación a las que se irán dando respuesta a través de dichos resultados aportados por la muestra del estudio. Nos apoyaremos en las tablas obtenidas de los programas estadísticos utilizados, así como de los gráficos conseguidos con el fin de aportar más información. Una vez se hayan analizado los datos y se hayan extraído los resultados, se hablará también de posibles acciones a llevar a cabo en un medio-largo plazo con el fin de actuar respecto a tales conclusiones.

Palabras clave: “Gallina Negra Castellana”, investigación, estudio.

Abstract: The present work aims to analyze the knowledge of Castellana Black Hen, as well as its product: the ecological egg. For this, we will talk about this race and the results obtained will be analyzed thanks to the questionnaire prepared for this research. Research questions will be formulated and will be answered through those results provided by the study sample. We will rely on the tables obtained from the statistical programs used, as well as the graphics obtained in order to provide more information. Once the data have been analyzed and the results have been extracted, we will also discuss possible actions to be taken in the medium-long term in order to act on such conclusions.

Keywords: “Castellana Black Hen”, investigation, study.

Agradecimientos

A mis padres, por haberme acompañado en este camino.

A mi hermano, por haberme enseñado de su experiencia.

A mi abuela, por ser luz cada día.

A la Facultad de Comercio, por haberme brindado esta gran oportunidad.

Y, por supuesto, a mi tutor, por haberme ayudado desde el principio.

1. Introducción y justificación de la investigación

La presente investigación se produce bajo el apoyo del Proyecto Europeo TIMMIS, el cual comprende a su vez diversos proyectos. En este caso se trata del perteneciente al Ayuntamiento de Vitoria del Henar («TIMMIS – AYUNTAMIENTO DE VILORIA DEL HENAR 2018-2019 – Cátedra Comercio Exterior», 2019). El mentor de este proyecto es J.L. Yustos, presidente de la asociación GANECA. El Proyecto persigue explotar el valor añadido que tiene la Gallina Negra Castellana: los huevos ecológicos; el público objetivo – *target* - del proyecto TIMMIS son los llamados “consumidores socialmente responsables”. En una línea paralela surge el estudio empírico llevado a cabo en este trabajo. El público objetivo de este estudio estaría compuesto en su mayoría por personas jóvenes, tal y como se evidencia empíricamente en el estudio realizado para este trabajo, con inquietudes por las causas ambientales mostradas en redes sociales, así como se ha averiguado en las lecturas de redes como Twitter durante el período de elaboración de este trabajo.

Con el diagrama que se muestra a continuación se señala el punto de partida, que es el Proyecto Europeo TIMMIS, del cual nació el Proyecto de Vitoria del Henar: Gallina Negra Castellana, del que derivó la idea de Trabajo de Fin de Grado.



Figura 1.1: Diagrama evolución TIMMIS-TFG. Elaboración propia.

No es una investigación fácil de abordar a priori, puesto que la Gallina Negra Castellana es una raza en peligro de extinción y debiera ser una cuestión de agenda

pública velar por su conservación, como la de cualquier otra especie en peligro de extinción (s.n., 2018; Yustos, 2017). La Gallina Negra Castellana figura dentro del Catálogo Oficial de Razas de Ganado de España como raza aviar en peligro de extinción, dentro del Real Decreto 2129/2008, por el que se establece el Programa nacional de conservación, mejora y fomento de las razas ganaderas (Orden ARM/574/2010, de 4 de marzo, por la que se modifica el anexo I del Real Decreto 2129/2008) («Situación de la raza», 2019).

Por lo anterior, y llevado a cabo este estudio, el presente trabajo se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, en el apartado 2, se exponen los objetivos de trabajo, tanto los objetivos generales como el objetivo específico; siguiendo así con el tercer epígrafe que se corresponde con el marco teórico. Continuando con este título, se habla de la Gallina Negra Castellana como especie; siguiendo la secuencia, en el apartado 5 se introduce la metodología que dará lugar a los resultados, y para el cierre del trabajo conclusiones, limitaciones y prospectiva.

2. Objetivos del trabajo

2.1 Objetivos generales:

- Averiguar el grado de conocimiento de la muestra de la Gallina Negra Castellana y de su producto, y el interés existente sobre ello.
- Plantear un Plan de Acción que describa las posibles actividades a llevar a cabo que permitan solventar las limitaciones que se hayan ido sucediendo en la investigación, así como lo observado en los resultados del estudio.

2.2. Objetivo específico, el que permite alcanzar la consecución de los objetivos generales:

- Crear un cuestionario online distribuido en plataforma digital con el fin de descubrir el grado de interés por parte de los participantes del estudio de la Gallina Negra Castellana y su producto, su conocimiento o si consumirían los huevos de esta raza.

3. Marco teórico

En el siguiente epígrafe se profundiza acerca del proceso de investigación de mercados cuantitativa, ya que el componente principal del estudio se ha basado en la aplicación de un cuestionario. En el siguiente apartado, se recoge una revisión literaria sobre el objeto de estudio: Gallina Negra Castellana. Y continuando con este apartado, se profundizará en la metodología del estudio.

La investigación de mercados se define como la herramienta para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing (Malhotra, 2004).

La investigación de mercados tiene una aplicación muy amplia, como en las investigaciones sobre publicidad, ventas, precios, diseño, segmentación y potencialidad del mercado, etc. Sin embargo, en los estudios de mercado para un producto nuevo muchos de ellos no son aplicables, ya que el producto aún no existe. A cambio de eso, las investigaciones se realizan sobre productos similares ya existentes, para tomarlos como referencia en las siguientes decisiones aplicables a la evolución del nuevo producto (Baca, 2007).

De acuerdo con Malhotra (2004), para realizar una investigación de mercados es aconsejable seguir las siguientes etapas:

1. Definir el problema. Se consigue formular de manera correcta las preguntas de investigación que ayudan a entender lo que se necesita.
2. Diseño de un plan de investigación para dar respuesta al problema estudiado: Definición de los objetivos generales y específicos y de las preguntas de investigación o hipótesis, en función del control sobre las variables. Ello llevará a fijar el diseño de la investigación, lo que significa plantear la metodología. Puede ser cuantitativa, cualitativa o estudio mixto; y tiene carácter procesual, por ello, de ella se deviene el método aplicado. Los métodos deben tener concordancia con los objetivos establecidos en el trabajo y la metodología. Y finalmente, se determinaría la técnica de la que se va a servir para el proceso de recogida de los datos (Sarrado, Cléries, Ferrer, & Kronfly, 2004). En metodología cuantitativa hay tres grandes métodos: experimental, cuasi experimental y no experimental. Para seguir estos pasos (definición de los

objetivos y de las preguntas de investigación o hipótesis y elección del diseño de investigación) será necesario definir la muestra del estudio. Para la recogida de los datos se precisa la aplicación de técnicas de recogida de información.

3. Preparación y análisis de datos. La preparación de los datos consiste en su revisión, transcripción y verificación, examinando el cuestionario realizado. Los datos se analizan para deducir información relacionada con el problema definido de la investigación. Una vez tengamos los resultados del cuestionario, procederemos a extraer la información de él. El análisis de datos se puede realizar a través de un Software estadístico de análisis de datos. Nos apoyaremos en tablas y gráficos comparativos.

4. Resultados. Se ha empleado el Software IBM SPSS 20 Statistics.

5. Conclusiones. En este último apartado se responderá a las preguntas de investigación en función de los resultados obtenidos.

Para apoyar la presente investigación se hablará también de otras formas de manejo de gallinas.

Se observa una diferencia entre países de Europa y de Latinoamérica: La producción sostenible se refleja en países de Europa y en Estados Unidos, gracias a la tendencia de consumo más ecológico y cuidado del medio ambiente. Sin embargo, en países de Latinoamérica la situación es distinta: la necesidad que tienen las familias campesinas provoca que la cría de gallinas ponedoras sea principalmente para cubrir la alimentación de cada hogar y explotar al máximo los productos de las gallinas, sin importar tanto el hecho de conservar las razas, perdiendo en cierto modo la pureza genética avícola. Para poder solventar esta situación se han llevado a cabo varias investigaciones con el fin de variar la producción y calidad con programas de mejoramiento que cuenten con los recursos de cada país.

Fonseca & C. (2011) afirman: “Es posible la introducción de subproductos alimenticios derivados de los cultivos de las propias fincas y la implementación de dietas balanceadas para cubrir los requerimientos nutricionales de las aves; sin embargo, se necesita más investigación sobre los valores nutricionales de muchos subproductos regionales, de los cuales se desconoce su aporte a la avicultura campesina.”

4. Gallina Negra Castellana

4.1 Historia

Es la única raza española sin influencia extranjera y a su vez origen de otras razas. Posiblemente fue traída a España por los árabes, por lo que se llama Moruna en algunas regiones. Es una raza rústica que era utilizada para la producción industrial de huevo blanco, especialmente en las dos Castillas, Andalucía (*Andaluza Negra*), Extremadura, y Baleares (*Mallorquina Negra*), y era considerada la mejor ponedora. En Inglaterra y Estados Unidos se conoce como *Menorquina Negra* o *Española Negra de Cara Roja*. Patrón de la raza definido en 1926. También existía una Castellana Negra Barrada (Campo, 2010).

Si hablamos de la Gallina Negra Castellana estamos hablando de una de las razas más famosas no solo en España, si no en Europa también, existiendo otros criadores en Inglaterra, Austria o Alemania. En este último país ganó el premio a mejor gallina de la raza, en 2010 (Yustos, 2017).

Es la raza española de gallinas de más rancio linaje, no se le conoce influencia extranjera. A la Reina Isabel la Católica le agradaban estas gallinas tan activas y cacareadoras y Cristóbal Colón las llevó en sus viajes a América. A partir de ella se crearon razas como la *Menorca*, *Española Cara Blanca* y *Andaluza* («Situación de la raza», 2019).

Siguiendo con lo anterior, tal y como se muestra en las Figuras N°4.1 y N°4.2 fotografiadas en día 25 de enero de 2019 la Gallina Negra Castellana es una raza histórica que ya en el siglo XV tenía especial importancia en la monarquía española y fue una de las razas más antiguas hasta el siglo XIX. Con el fin de poder mantener su historia y la raza se crea la asociación GANECA, como bien señala la Figura N°4.3.

Figura 4.1: *Gallina Negra Castellana*



Fuente. Imagen propiedad del Museo de la Ciencia de Valladolid. Elaboración propia.

Así se señalaba en la placa que acompañaba a la imagen, escrita por Barea: ***“Castellana Negra: A Isabel la Católica le gustaba especialmente ese color negro, con reflejos metálicos, tan propio de la raza, originaria de Castilla y León, que llegó hasta América con Cristóbal Colón y hasta las cortes europeas como regalo de los monarcas españoles. Los machos son alegres y altivos, y las hembras excelentes ponedoras”.***

Figura 4.2: Patrimonio valioso



Fuente. Imagen propiedad de J.L. Yustos, presidente de GANECA. Elaboración propia.

Además, haciendo referencia a la raza como un patrimonio valioso: *La Gallina Negra Castellana es una de las razas europeas de gallinas más antigua. Posiblemente es la raza de gallinas traídas por los árabes a España. Esta hipótesis es consistente con la presencia tradicional de la raza en los territorios donde más siglos habitaron los musulmanes en la Península Ibérica y su ausencia en las tierras del norte peninsular hasta el siglo XIX*”.

Figura 4.3: Ganeca – Salvar a la Castellana Negra



Fuente. Imagen propiedad de J.L. Yustos, presidente de GANECA. Elaboración propia.

Finalmente, **“Ganeca – Salvar a la Castellana Negra. Una asociación para criadores y simpatizantes: GANECA Amigos de la gallina castellana negra es la asociación de carácter nacional, impulsada por un grupo de criadores que buscan incrementar el número de aficionados a la raza”**.

El resto del texto se encuentra recogido en el Anexo 1.

4.2 Características

La Gallina Negra Castellana es una gallina de color negro, con reflejos irisados verdeazulados y cara roja con orejillas blancas. Es ligera, dinámica, vigorosa y de elevada rusticidad (Yustos & Montouto, 2018).

Dicha rusticidad hace que sea una raza perfectamente adaptada al clima extremo de la meseta con fríos y calores intensos. Resistente ante las enfermedades y capaz de volar para escapar de los depredadores.

Tal y como afirma Campo (2010), con excepción de la cresta, que solo tiene erguida la parte delantera y cae a un lado, la forma de la gallina es similar a la del gallo. El color del plumaje y del pollito es similar al del gallo. La gallina de un año tiene un peso medio de 2,3 kg. y la de menos de un año de 1,8 kg.

La gallina es más pequeña que el gallo. Tiene las mismas características que este con las diferencias debidas al sexo. El pico no es tan arqueado y las barbillas son casi redondas. La cresta cae hacia un lado en su mitad posterior, sin llegar a tapar el ojo.

Es una raza de buen emplume, rápido crecimiento, presentando buena fecundidad, pero con casi nula aptitud para la cloquez o cloquera (estado fisiológico normal en el que las hembras de aves dejan de poner huevos y se concentran en su incubación una vez que han completado la nidada), excepto en aves de mayor edad.

Figura 4.4: *Macho de la raza*



Fuente. Imagen tomada en la visita a Vitoria del Henar. Elaboración propia.

Figura 4.5: *Hembra de la raza*



Fuente. Imagen tomada en la visita a Vitoria del Henar. Elaboración propia.

Así como se muestra en la Figura N^o.4.4, el gallo de esta raza presenta la cresta completamente recta a diferencia de la gallina, la cual se observa en la Figura N^o.4.5 erguida hasta la parte posterior de la misma, donde empieza a caer. También se observa una diferencia en la barbilla, siendo en el gallo roja, ancha, larga y paralela mientras que en la gallina es más pequeña y redonda.

Su futuro está profundamente ligado a la ganadería ecológica, razón por la que el cuestionario planteado quiere profundizar en el producto ecológico, pues su rusticidad, su excelente adaptación al clima continental extremo de la meseta y su buena capacidad de puesta le aseguran unas buenas perspectivas.

4.3 Productividad

En la primera mitad del siglo XX fue una de las razas de gallina más utilizada en España para la obtención de huevo de color blanco. En esos años existían estirpes seleccionadas de castellana negra, llegando a dar producciones anuales de 220-225

huevos, según aparece en los registros de algunos concursos de puesta (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria, 2010).

Actualmente, tiene una puesta entre los 150 y los 170 huevos al año, con un peso de 60 a 65 gramos. La puesta empieza a los 5 meses siendo los huevos de color blanco. En los meses de febrero a junio existe más producción, mientras que de octubre a enero la productividad es muy baja. En verano, meses de julio a septiembre, la producción es media. En esta estación las gallinas beben mucha agua por el aumento de las temperaturas y la necesidad de hidratación, provocando que se hinchen y coman menos.

Desgraciadamente, no se ha podido recuperar los valores de puesta que recogen las publicaciones de los años 20 del siglo anterior.

El color del huevo de Gallina Negra Castellana es completamente blanco. En la Figura N°4.6 se muestra este color tan característico de su huevo.

Figura 4.6: *Huevo blanco de la Gallina Negra Castellana*



Fuente. Imagen tomada en la visita a Vitoria del Henar. Elaboración propia.

4.4 Distribución geográfica

Su producción está distribuida por toda España, principalmente en las Comunidades de Castilla y León, Castilla La Mancha, y Valencia. En la Tabla N°4.1 se

señala los miembros participantes en el plan de mejora y la ubicación de ellos, mostrando así la dispersión geográfica de los criadores:

Tabla N°4.1: *Distribución geográfica de los socios*

Comunidad Autónoma	N.º de socios	Censo de animales (%)
Andalucía	1	1,8%
Castilla y León	22	49%
Castilla-La Mancha	5	10,5%
Extremadura	2	6,1%
Madrid	2	16,9%
Valencia	3	12,5%

Fuente. Recuperado de (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria, 2010).

También existen socios en las comunidades de Cataluña, Andalucía, Navarra, Cantabria, Aragón y Asturias de los cuales se desconoce su censo por no haberse hecho público aún.

4.5 Cría y alimentación

En la avicultura ecológica, aunque sean explotaciones pequeñas y se críen los animales en libertad, los productores deben de ser muy cuidadosos con el manejo de las gallinas. Éstas son muy sensibles a los cambios de manejo, requieren zonas de descanso aisladas, disponibilidad permanente de alimentos y agua, densidades adecuadas, zonas de protección en los pastoreos; son animales que necesitan periodos largos de luz si se desea optimizar la producción, etc. (García, Berrocal, Moreno, & Ferrón, 2009).

Esta gallina está muy acostumbrada a ser criada en sistemas a nivel extensivos y adaptada también a sistemas semi extensivos, por lo que tiene gran potencial alimenticio para beneficiarse de recursos agrícolas que pueden conseguirse a nivel local.

Una gallina consume diariamente 125 gramos de pienso, siendo su dieta basada, sobre todo, en cereales como la cebada y el trigo, además de ingredientes como guisantes, habas, semillas de girasol y soja. Esta alimentación da la posibilidad de crear un sistema ideal que les permite contar con una cría de huevos sostenible, siendo dicha cría muy ecológica, ya que estaría integrada en agro sistemas de secano, los cuales permiten gastar menos energía y liberar menos CO₂ en los gallineros.

5. Metodología

Referenciando la perspectiva metodológica habría que señalar los siguientes pasos:

1. Definir el problema. En la presente investigación el problema a definir es el posible desconocimiento de la raza Gallina Negra Castellana; a esto se le suma el hallarse en peligro de extinción. Ambos factores dificultan tener un nicho de mercado real y posible. Las preguntas para formular son las siguientes:

- ¿Existe conocimiento de la Gallina Negra Castellana por parte de la muestra?
- ¿Muestran interés por el huevo de la Gallina Negra Castellana los participantes del estudio?
- ¿En qué intervalo de edad tiene la muestra mayor interés por el producto?
- ¿Hay predisposición por parte de la muestra del estudio para consumir el producto de la Gallina Negra Castellana en el mercado?
- ¿Aceptaría la muestra que los huevos ecológicos tuviesen un precio más elevado?

2. Diseño de un plan de investigación para dar respuesta al problema estudiado: Tras la definición de los objetivos y las preguntas de investigación ya citadas se fija la muestra (n=100).

El estudio llevado a cabo para el presente trabajo se ha implementado a través de metodología cuantitativa. Se ha optado por utilizar como técnica la encuesta. Teniendo en consideración que la encuesta puede retractarse en una técnica de entrevista o en un instrumento de cuestionario, se ha decidido la aplicación de un cuestionario creado explícitamente para el trabajo, dispensado a los participantes de la muestra en soporte digital, como medida de ahorro de papel, siguiendo con la filosofía del uso responsable de los recursos.

3. Definir la muestra. Para llevar a cabo una correcta investigación es necesario disponer de una muestra representativa, la cual permite reflejar un grupo más grande siendo ésta una pequeña cantidad de personas. En esta investigación se trata de muestreo probabilístico o aleatorio, puesto que la elección de la muestra se ha realizado al azar, teniendo todos los miembros de la población la misma probabilidad de ser elegidos. Dentro de este tipo de muestreo nos encontramos en el muestreo aleatorio simple, contando cada individuo con la misma posibilidad de inclusión.

Para esta investigación se ha escogido la metodología cuantitativa debido a que los datos analizados deben ser cuantificables y analiza y puede llegar a predecir el comportamiento de las personas. Campbell y Stanley (1966), Riecken y otros (1974) son firmes defensores de los métodos cuantitativos.

Algunas de las características de la metodología cuantitativa serían las siguientes:

Tabla 5.1: *Características de la metodología cuantitativa*

Empleo de métodos cuantitativos
Positivismo lógico, busca los hechos o causas de los fenómenos sociales, prestando escasa atención a los estados subjetivos de los individuos
Medición penetrante y controlada
Metodología objetiva
Al margen de los datos → Perspectiva desde fuera
No está fundamentada en la realidad, orientada a la comprobación, confirmatoria reduccionista, inferencial e hipotética deductiva
Orientada al resultado
Fiable: datos sólidos y repetibles
Generalizable y particularista
Asume una realidad estable

Fuente. Recuperado de “Metodología cuantitativa vs cualitativa”, de Abalde, E. y Cantero, J.M. (1992).

5.1. Población y muestra del estudio

La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2004). La población (N) en esta investigación es la población de Valladolid, puesto que el cuestionario ha sido distribuido por dicha ciudad; se corresponde con 519.851 habitantes (INE).

La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación (López, 2004). La muestra (n) en esta investigación se corresponde con el número de personas que han realizado el cuestionario: 100 personas.

Los rangos de edad de la muestra fueron seleccionados entre 15 y 30 años para poder estudiar a la población más joven, permitiéndonos conocer sus preocupaciones medioambientales, y de 31 o más años, observando así a la población adulta, la cual puede aportar una mayor experiencia en relación con el hábito de compra y sus motivaciones de consumo.

Nuestra muestra se compone de 57 mujeres y 43 hombres. En cuanto a la edad, la muestra de estudio es menos equitativa en comparación con el sexo, ya que se compone en su mayoría por personas de la población más joven. Esto se debe a que el cuestionario online fue mayoritariamente facilitado a dicha población, puesto que las redes sociales posibilitan una mayor difusión entre los más jóvenes.

5.2. Técnicas de recogida de información. Instrumento.

Encuesta

De acuerdo con García (1993), se puede definir la encuesta como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Si transportamos la búsqueda de información a medios como Internet, la aplicación de encuestas se puede ampliar a todo el planeta, es decir, se utilizan los mismos esfuerzos en la aplicación de una encuesta regional o una encuesta mundial (Álvarez & Padilla Díaz, 2000).

Para llevar a cabo una investigación utilizando la técnica de encuesta, y en este caso encuesta tipo cuestionario, es esencial describir correctamente los siguientes aspectos básicos a seguir:

1. Identificación del problema. En este primer paso se define el objeto de interés de la investigación, fijando los objetivos generales y específicos

perseguidos. Además, se revisa las diferentes aportaciones teóricas que ya existan sobre el tema a investigar.

2. Determinación del diseño de investigación. Se ha establecido el diseño a través de la metodología cuantitativa con soporte de encuesta, decidiendo emplear un instrumento de cuestionario.

3. Especificación de las preguntas de investigación o hipótesis. En esta investigación contamos con preguntas de investigación y no de hipótesis, puesto que para poder disponer de estas últimas es necesario tener un control absoluto de las variables, las cuales no tenemos en la presente investigación.

4. Selección de la muestra. Aquí se elige el tipo de muestreo que nos permitirá obtener nuestra muestra para la investigación. Se ha escogido el muestreo aleatorio simple, para que así todos los individuos de la población tengan las mismas probabilidades de participar.

5. Diseño del cuestionario. El diseño está ligado con las preguntas de investigación fijadas, marcando así el modelo de cuestionario, dependiendo de la información que se va a querer obtener.

6. Tipos de preguntas. Existen dos tipos: abiertas o cerradas. En el cuestionario realizado para esta investigación las preguntas son cerradas, y dentro de éstas se han escogido de elección única y múltiple y de escala numérica y nominal algunas de ellas.

Las encuestas pueden ser de dos tipos: cuestionario o entrevista. Para esta investigación hemos escogido el cuestionario. Dicho cuestionario comienza con un breve resumen de la historia de esta raza, con la finalidad de ubicar a las personas dispuestas a contestar tal cuestionario. A continuación del texto aparecen recogidas las 9 preguntas que componen el cuestionario, cada una de ellas seleccionadas para extraer la información requerida para esta investigación.

Con cada pregunta se ha intentado identificar la información más relevante para la presente investigación, pudiendo así dar respuesta a las preguntas de investigación formuladas con anterioridad.

El cuestionario formulado es el siguiente:

Cuestionario online original.

¿NO NOS CONOCE? ¡No hay problema! A continuación, le damos una breve información sobre nuestra gallina y sus huevos.

ORÍGENES: Es por excelencia la gallina más representativa de nuestras razas. En el exterior también es conocida como *Gallina Española* o *Menorquina*. Ya en el siglo XV se decía que eran las favoritas de Isabel la Católica y fueron las primeras gallinas que llevo Cristóbal Colón a América, poblando todas las colonias del nuevo mundo.

Sus huevos no contienen pesticidas y contienen menos colesterol que el resto de los huevos.

Por favor, si es tan amable, conteste a este breve cuestionario:

Test de producto

1. Sexo

H

M

2. Edad

15-30 años

31 o más años

3. ¿Conoce la Gallina Negra Castellana?

Sí

No

4. Indique su interés por el producto (donde 0 es lo más bajo y 5 lo más alto)

0 1 2 3 4 5

5. ¿Ha consumido alguna vez el producto?

Sí

No

No, pero me interesaría

probarlo

6. ¿Con qué frecuencia consume usted huevos?

Más de una vez al día

Diariamente

Varias veces a la semana

Una vez a la semana

No consumo huevos

7. A la hora de comprar huevos ¿cuál es la importancia que le da usted a cada uno de los siguientes aspectos?

0 1 2 3 4

Precio

Diseño

(embalaje)

Calidad

Origen

Producción

ecológica

8. ¿Por qué compraría huevos ecológicos?

Porque no contienen transgénicos

Por salud

Por su sabor

No los compraría

9. ¿Aceptaría que los huevos ecológicos tengan un precio más alto?

Estaría de acuerdo si es un producto

totalmente ecológico

Lo aceptaría si tiene beneficios para la salud (colesterol)

No, puesto que me afectaría

demasiado a mi cesta de la compra

Me resulta indiferente

Cuestionario con valores introducido en SPSS.

¿NO NOS CONOCE? ¡No hay problema! A continuación, le damos una breve información sobre nuestra gallina y sus huevos.

ORÍGENES: Es por excelencia la gallina más representativa de nuestras razas. En el exterior también es conocida como *Gallina Española* o *Menorquina*. Ya en el siglo XV se decía que eran las favoritas de Isabel la Católica y fueron las primeras gallinas que llevo Cristóbal Colón a América, poblando todas las colonias del nuevo mundo.

Sus huevos no contienen pesticidas y contienen menos colesterol que el resto de los huevos.

Por favor, si es tan amable, conteste a este breve cuestionario:

Test de producto

1. Sexo **V01_sexo**

H1

M2

2. Edad **V02_edad**

15-30 años 1

31 o más años 2

3. ¿Conoce la Gallina Negra Castellana? **V03_conocGalli**

Sí 1

No 2

4. Indique su interés por el producto (donde 0 es lo más bajo y 5 lo más alto)

V04_interHuevo

0 (1) 1 (1) 2 (2) 3 (2) 4(3) 5 (3)

Bajo bajo medio Medio alto alto

5. ¿Ha consumido alguna vez el producto? **V05_consu**

Sí **(1)**

No **(2)**

No, pero me interesaría

probarlo **(3)**

6. ¿Con qué frecuencia consume usted huevos? **V06_freconsHuevo**

Más de una vez al día **(1)**

Diariamente **(2)**

Varias veces a la semana **(3)**

Una vez a la semana **(4)**

No consumo huevos **(5)**

7. A la hora de comprar huevos ¿cuál es la importancia que le da usted a cada uno de los siguientes aspectos?

_____ **0 1 2 3 4**

Precio

V07_imporprecio

Diseño (embalaje)

V08_impordiseño

Calidad

V09_imporcalidad

Origen

V10_impororigen

Producción

ecológica

V11_imporecolo

8. ¿Por qué compraría huevos ecológicos?

Porque no contienen transgénicos

V12_comprnotrans 1 Sí; 0 No

Por salud **V13_comprsalud 1 Sí; 0**

No

Por su sabor **V14_comprsabor 1 Sí;**

0 No

No los compraría **V15_nocompr 1**

Sí; 0 No

9. ¿Aceptaría que los huevos ecológicos tengan un precio más alto?

V16_acepprecioalto

Estaría de acuerdo si es un producto totalmente ecológico **(1)**

Lo aceptaría si tiene beneficios para la salud (colesterol) **(2)**

No, puesto que me afectaría demasiado a mi cesta de la compra **(3)**

Me resulta indiferente **(4)**

5.3. Análisis de datos.

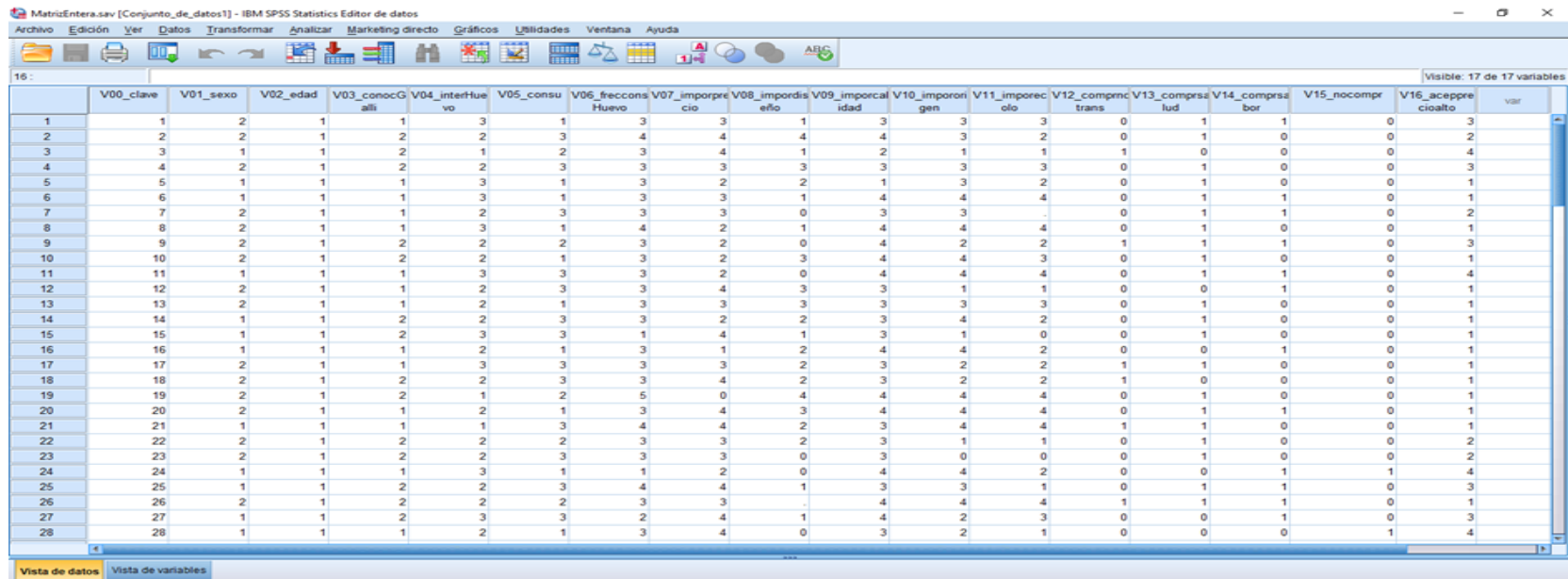
El análisis de los datos se ha realizado a través del Software de análisis de datos IBM SPSS Statistics versión 20, mediante el análisis de las frecuencias de las variables y de las tablas de contingencia a través del cálculo del chi cuadrado, con el objetivo de averiguar la dependencia existente entre las variables de estudio. Simultáneamente, se ha trabajado el análisis de los datos con la aplicación Excel del Paquete Office 365.

6. Resultados

La matriz resultante tras volcar los datos de la muestra obtenidos en el cuestionario al programa estadístico SPSS es la que se muestra en la Figura N.º 6.1 y en la Figura N.º 6.2.

Vista de datos

Figura 6.1: *Matriz datos*



MatrizEntera.sav [Conjunto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 17 de 17 variables

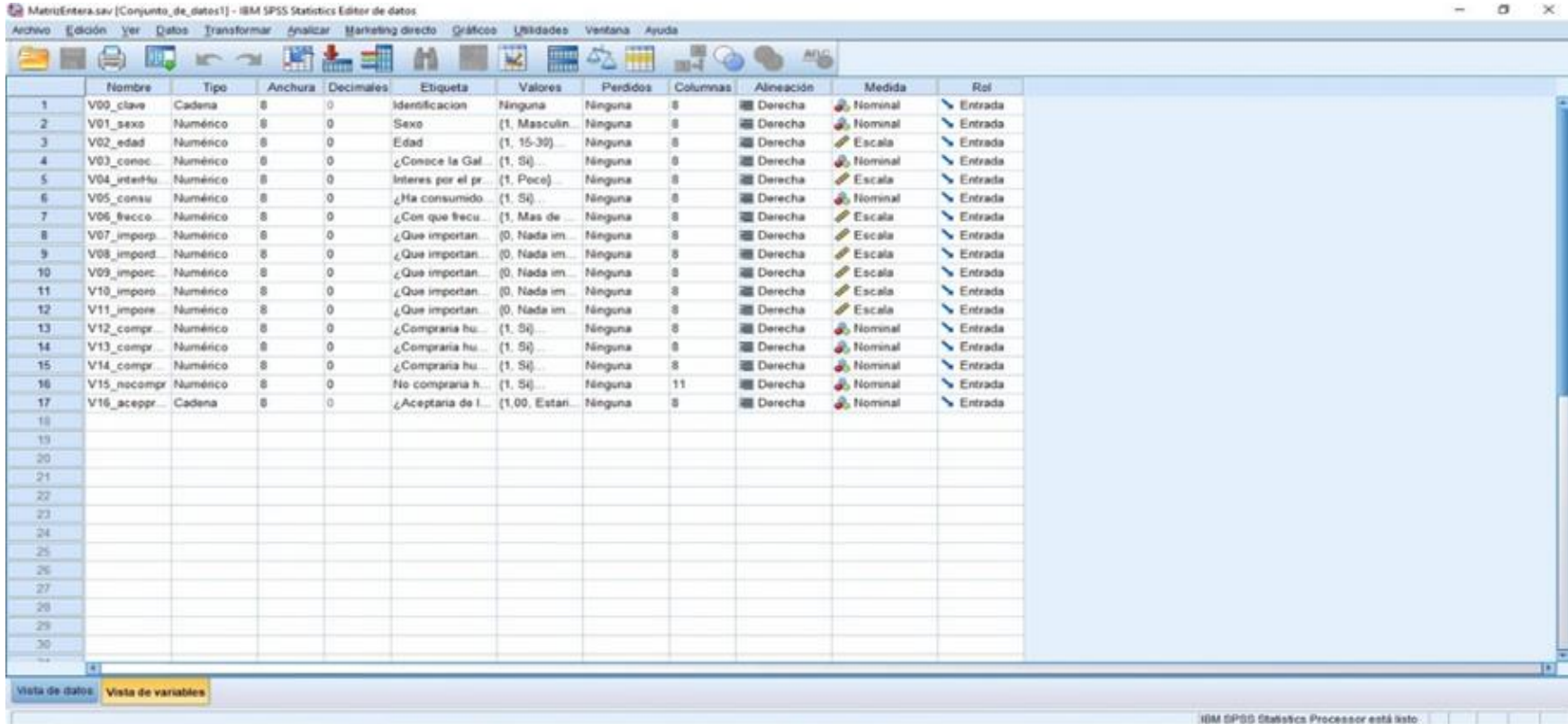
	V00_clave	V01_sexo	V02_edad	V03_conocG alli	V04_interHue vo	V05_consu	V06_freccons Huevo	V07_impore cio	V08_impordis eflo	V09_imporca idad	V10_impore gen	V11_imporec olo	V12_comprnc trans	V13_comprsa lud	V14_comprsa bor	V15_nocompr	V16_aceppe cioalto	var
1	1	2	1	1	3	1	3	3	1	3	3	3	0	1	0	0	3	
2	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	3	2	0	1	0	0	2	
3	1	1	2	1	2	1	3	4	1	2	1	1	1	0	0	0	4	
4	4	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	0	1	0	0	3	
5	5	1	1	1	3	1	3	2	2	1	3	2	0	1	0	0	1	
6	6	1	1	1	3	1	3	3	1	4	4	4	0	1	1	0	1	
7	7	2	1	1	2	3	3	3	0	3	3	3	0	1	1	0	2	
8	8	2	1	1	3	1	4	2	1	4	4	4	0	1	0	0	1	
9	9	2	1	2	2	2	3	2	0	4	2	2	1	1	1	0	3	
10	10	2	1	2	2	1	3	2	3	4	4	3	0	1	0	0	1	
11	11	1	1	1	3	3	3	2	0	4	4	4	0	1	1	0	4	
12	12	2	1	1	2	3	3	4	3	3	1	1	0	0	1	0	1	
13	13	2	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	0	1	0	0	1	
14	14	1	1	2	2	3	3	2	2	3	4	2	0	1	0	0	1	
15	15	1	1	2	3	3	1	4	1	3	1	0	0	1	0	0	1	
16	16	1	1	1	2	1	3	1	2	4	4	2	0	0	1	0	1	
17	17	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	0	0	1	
18	18	2	1	2	2	3	3	4	2	3	2	2	1	0	0	0	1	
19	19	2	1	2	1	2	5	0	4	4	4	4	0	1	0	0	1	
20	20	2	1	1	2	1	3	4	3	4	4	4	0	1	1	0	1	
21	21	1	1	1	1	3	4	4	2	3	4	4	1	1	0	0	1	
22	22	2	1	2	2	2	3	3	2	3	1	1	0	1	0	0	2	
23	23	2	1	2	2	3	3	3	0	3	0	0	0	1	0	0	2	
24	24	1	1	1	3	1	1	2	0	4	4	2	0	0	1	1	4	
25	25	1	1	2	2	3	4	4	1	3	3	1	0	1	1	0	3	
26	26	2	1	2	2	2	3	3	.	4	4	4	1	1	1	0	1	
27	27	1	1	2	3	3	2	4	1	4	2	3	0	0	1	0	3	
28	28	1	1	1	2	1	3	4	0	3	2	1	0	0	0	1	4	

Vista de datos Vista de variables

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Vista de variables

Figura 6.2: Matriz variables



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V00_clave	Cadena	8	0	Identificación	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	V01_sexo	Numérico	8	0	Sexo	{1, Masculin...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	V02_edad	Numérico	8	0	Edad	{1, 15-39}	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
4	V03_conoc	Numérico	8	0	¿Conoce la Gal...	{1, Si}	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	V04_interfu	Numérico	8	0	Interés por el pr...	{1, Poco}	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
6	V05_consu	Numérico	8	0	¿Ha consumido	{1, Si}	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	V06_frecco	Numérico	8	0	¿Con que frecu...	{1, Mas de	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
8	V07_imporp	Numérico	8	0	¿Que importan...	{0, Nada im...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
9	V08_impord	Numérico	8	0	¿Que importan...	{0, Nada im...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
10	V09_imporc	Numérico	8	0	¿Que importan...	{0, Nada im...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
11	V10_impors	Numérico	8	0	¿Que importan...	{0, Nada im...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
12	V11_impore	Numérico	8	0	¿Que importan...	{0, Nada im...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
13	V12_compr	Numérico	8	0	¿Compraria hu...	{1, Si}	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	V13_compr	Numérico	8	0	¿Compraria hu...	{1, Si}	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	V14_compr	Numérico	8	0	¿Compraria hu...	{1, Si}	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	V15_nocompr	Numérico	8	0	No compraria h...	{1, Si}	Ninguna	11	Derecha	Nominal	Entrada
17	V16_accep	Cadena	8	0	¿Aceptaria de l...	{1,00, Estan...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

La matriz se ha introducido en el Software SPSS, con una disposición de 100 filas, una fila por cada participante de la muestra, y 17 columnas, la primera columna correspondiente con el código de identificación del sujeto y 16 filas correspondientes a las variables del análisis.

Desde la *vista de datos* del Software se ha podido acceder a los resultados de cada participante y en la *vista de variables* se ha trabajado con la información pertinente de cada una de las mismas: el nombre acortado de cada variable (primordialmente, variables de tipo numérico o de cadena), la anchura, los decimales, la etiqueta correspondiente a la pregunta paralela del cuestionario aplicado, los valores de respuesta, la identificación de los valores perdidos, columnas, alineación, y la medida de la variable (fundamentalmente, nominal y escala).

A continuación, se mostrarán los resultados obtenidos para cada pregunta de investigación del presente trabajo:

- ¿Existe conocimiento por parte de la muestra de la Gallina Negra Castellana?

Tabla de frecuencia

Tabla 6.1: *Tabla de frecuencia – conocimiento de la raza*

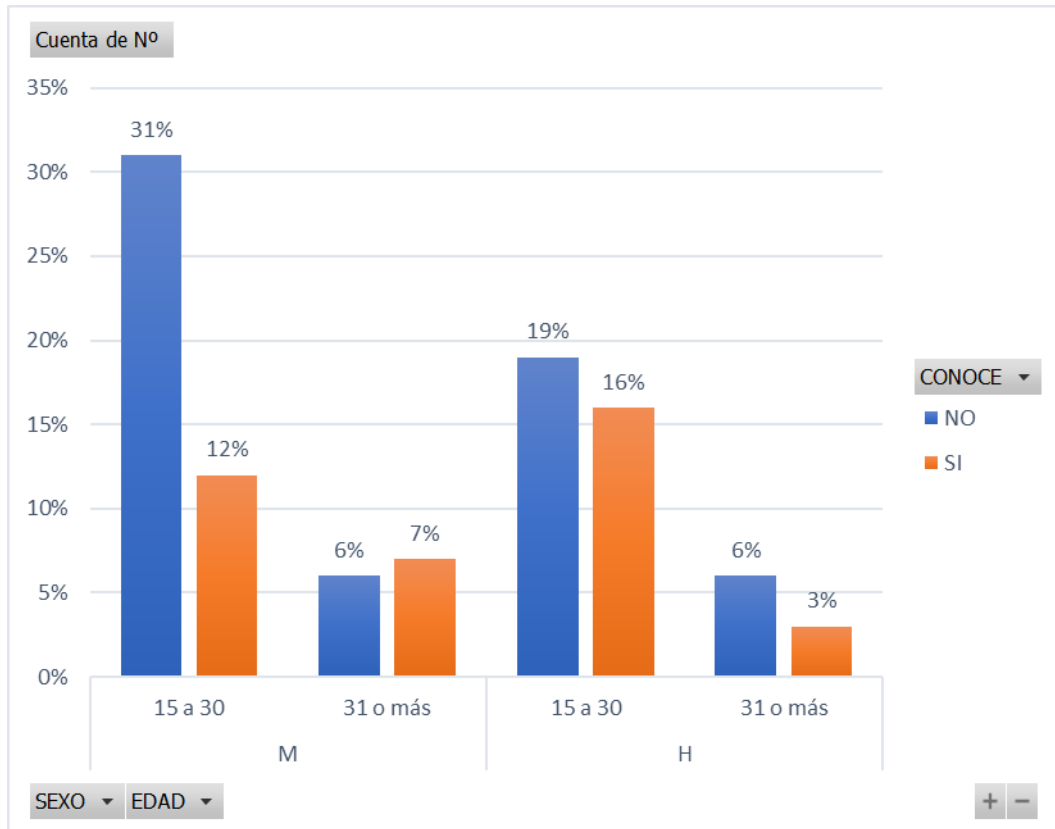
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Sí	38	38,0	38,0	38,0
No	62	62,0	62,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Tal y como se muestra en la Tabla N°6.1, existe mayor porcentaje de desconocimiento (62%) con respecto al porcentaje de la muestra que sí conoce la raza

(38%). Esto mismo lo hemos ido observando en la literatura estudiada para esta investigación, dado que existe poca información acerca de esta raza y la muestra así lo ha señalado en los resultados.

Gráfico 1: *Porcentajes de conocimiento respecto a la edad y el sexo*



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

A mayores, como dato de curiosidad, observamos también en el Gráfico N°1 que en el sexo femenino el desconocimiento de la Gallina Negra Castellana es mayor en el intervalo de edad de 15 a 30 años, mientras que de 31 en adelante existe un pequeño porcentaje superior en cuanto a dicho conocimiento.

En el sexo masculino, se advierte un desconocimiento de la raza en ambos intervalos de edad, siendo mayor en el rango de edad más joven puesto que el porcentaje de este intervalo estudiado es mayor.

A continuación, vamos a comprobar si las variables sexo y edad tienen relación y dependencia con la variable conocimiento, a través de las siguientes tablas de contingencia:

¿Conoce la Gallina Negra Castellana? * Sexo

Tabla 6.2: *Tabla de contingencia*

Recuento

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
¿Conoce la Gallina Negra Castellana?	18	20	38
	25	37	62
Total	43	57	100

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Tabla 6.3: *Chi-cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,477 ^a	1	,490		
Corrección por continuidad ^b	,233	1	,629		
Razón de verosimilitudes	,476	1	,490		
Estadístico exacto de Fisher				,537	,314
Asociación lineal por lineal	,472	1	,492		
N de casos válidos	100				

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 16,34.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

¿Conoce la Gallina Negra Castellana? * Edad

Tabla 6.4: *Tabla de contingencia*

Recuento

	Edad		Total	
	15-30	31 - o más		
¿Conoce la Gallina Negra Castellana?	Sí	28	10	38
	No	50	12	62
Total	78	22	100	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Tabla 6.5: *Chi-cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,665 ^a	1	,415		
Corrección por continuidad ^b	,321	1	,571		
Razón de verosimilitudes	,656	1	,418		
Estadístico exacto de Fisher				,461	,283
Asociación lineal por lineal	,659	1	,417		
N de casos válidos	100				

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 8,36.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Con las Tablas N^o.6.3 y N^o.6.5 queremos conocer el grado de dependencia entre las variables conocimiento - sexo y conocimiento - edad. Nos planteamos la hipótesis nula de independencia, es decir, H₀: el conocimiento de la Gallina Negra Castellana es independiente del sexo y H₀: el conocimiento de la Gallina Negra Castellana es independiente de la edad de los encuestados, frente a la alternativa de dependencia estadística.

Para analizar la hipótesis de independencia se calcula el estadístico chi-cuadrado y se determina el p-valor comparando este valor con el nivel de significancia (sig. asintótica). Si al hacer la comparación, el p-valor es menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula y, por lo tanto, existe dependencia entre ambos atributos. En caso

contrario se aceptaría la hipótesis nula concluyendo que las variables son independientes.

Si $p < 0,05 \rightarrow$ Dependencia entre las variables

Si $p > 0,05 \rightarrow$ No existe dependencia entre las variables

Se demuestra en las anteriores tablas de contingencia (tablas N°6.4 y N°6.5) y con el cálculo del chi cuadrado que, tanto para la edad, como para el sexo, no existe una dependencia de estas dos variables con la variable conocimiento, puesto que los valores de sig. asintótica (bilateral) son mayores que 0,05.

- ¿Muestran interés por el huevo de la Gallina Negra Castellana los participantes del estudio?

Tabla de frecuencia

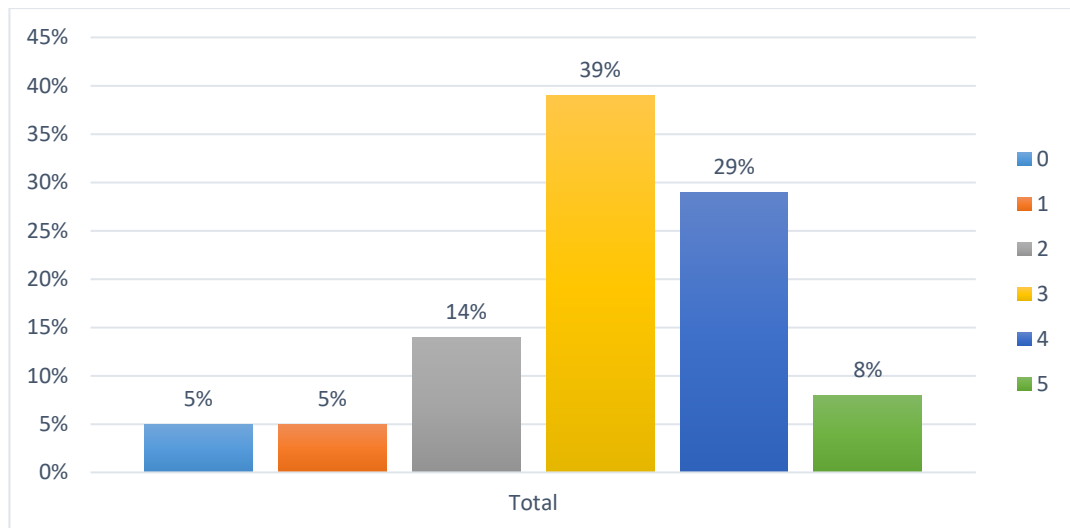
Tabla 6.6: *Tabla de frecuencia – interés por el producto*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	10	10,0	10,0	10,0
Medio	53	53,0	53,0	63,0
Alto	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Observamos en la Tabla N.º 6.6 que el porcentaje de interés predominante es el medio, con un 53%. El 37% de la muestra señala un grado de interés elevado; y tan solo el 10% tiene un interés bajo.

Gráfico 2: *Porcentajes de interés de la muestra*



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Tal y como se muestra en la Tabla N°6.6, el interés predominante es el moderado, correspondiente con el color amarillo en el Gráfico N°2. Observamos también que el interés elevado, señalado con el color azul, representa el segundo porcentaje más alto, lo que significa que la muestra sí ha indicado interés por el producto.

A pesar del poco conocimiento sobre la Gallina Negra Castellana sí que existe un interés por parte de la muestra del huevo de la raza, lo que nos indica que se trata de un producto que llamativo para las personas integrantes del estudio.

- ¿En qué intervalo de edad tiene la muestra mayor interés por el producto?

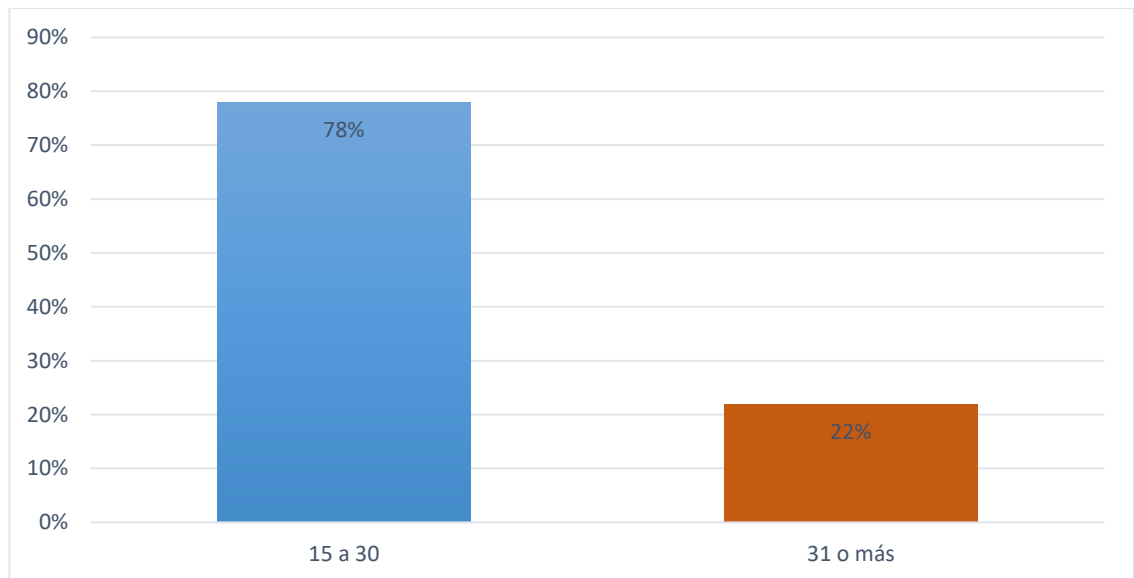
Tabla de frecuencia

Tabla 6.7: *Tabla de frecuencia – interés por intervalo de edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15-30	78	78,0	78,0
	31 o más	22	22,0	100,0
	Total	100	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra

Gráfico 3: *Porcentajes de interés por el producto respecto a la edad*



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Así como indican la Tabla N°6.7 y el Gráfico N°3, el intervalo de edad donde se advierte un mayor interés por el producto de la Gallina Negra Castellana es entre los 15 y los 30 años, con el 78%, frente al 22% mostrado por la muestra de 31 o más años.

Tal y como se había advertido anteriormente en el primer epígrafe del presente trabajo, el público objetivo fijado fue la población joven ya que es la que más muestra sus inconformidades con los problemas sociales, y, en este caso, con la concienciación ecológica. Así se muestra en el Gráfico N°3, señalando un porcentaje mayor de interés por el producto ecológico de una raza en peligro de extinción como es la Gallina Negra Castellana entre la población más joven.

Debemos señalar también que existe un mayor porcentaje de la muestra entre 15 y 30 años, por lo que resulta comprensible que el interés sea predominante en este rango de edad, dado que el cuestionario dispensado en plataforma digital se advierte más accesible para la población más joven.

- ¿Hay predisposición por parte de la muestra del estudio para consumir el producto de la Gallina Negra Castellana en el mercado?

Tabla de frecuencia

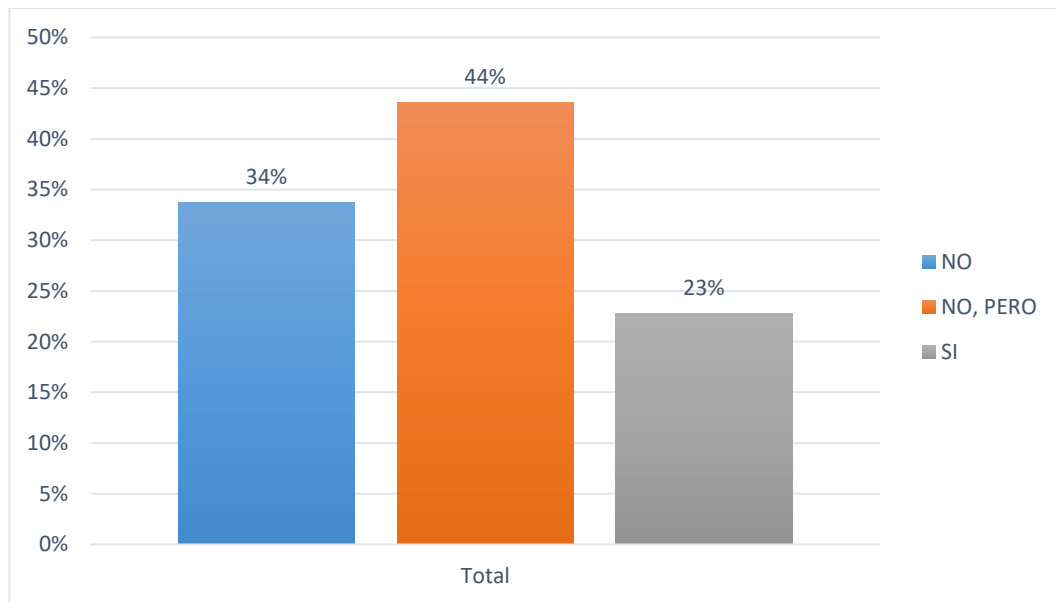
Tabla 6.8: *Tabla de frecuencia – consumo del producto*

¿Ha consumido alguna vez el huevo de la Gallina Negra Castellana?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	26	26,0	26,0	26,0
No	31	31,0	31,0	57,0
Válidos No, pero me interesaría probarlo	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Gráfico 4: *Porcentajes de consumo del producto*



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Tal y como indican la Tabla N°6.8 y el Gráfico N°4, el porcentaje más elevado se sitúa en un 44% correspondiente a las personas de la muestra que no han consumido el huevo de la Gallina Negra Castellana pero sí estarían interesados en probarlo. Esto denota una predisposición a consumir el producto por parte de los participantes del estudio.

A continuación, van a mostrarse las variables del estudio del por qué la muestra consumiría el producto y se señalarán la razón o razones que han predominado en los resultados:

Tabla 6.9: *Variable no transgénico*

¿Compraría huevos ecológicos por ser no transgénicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	68	68,0	68,0	68,0
Válidos Sí	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

En relación con la variable de consumo por ser un producto no transgénico, el 32% de la muestra está a favor de comprar el huevo por esta razón, mientras que el 68% no lo observa como una razón predominante.

Tabla 6.10: *Variable salud*

¿Compraría huevos ecológicos por salud?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	32	32,0	32,0	32,0
Válidos Sí	68	68,0	68,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Respecto a la variable salud, el 68% de la muestra sí que está a favor de consumir el huevo por ser beneficioso para la misma, frente al 32% que no lo consumiría por esta razón.

Esto puede deberse a la preocupación por la alimentación y por la tendencia hacia el consumo de productos ecológicos y saludables.

Tabla 6.11: *Variable sabor*

¿Compraría huevos ecológicos por su sabor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	59	59,0	59,0	59,0
Válidos Sí	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Observamos que la variable sabor tiene un porcentaje un poco más equitativo (59%-41%). No obstante, la muestra señala que el sabor no es una razón por la que consumirían el producto.

Tabla 6.12: *Variable no compraría*

No compraría huevos ecológicos

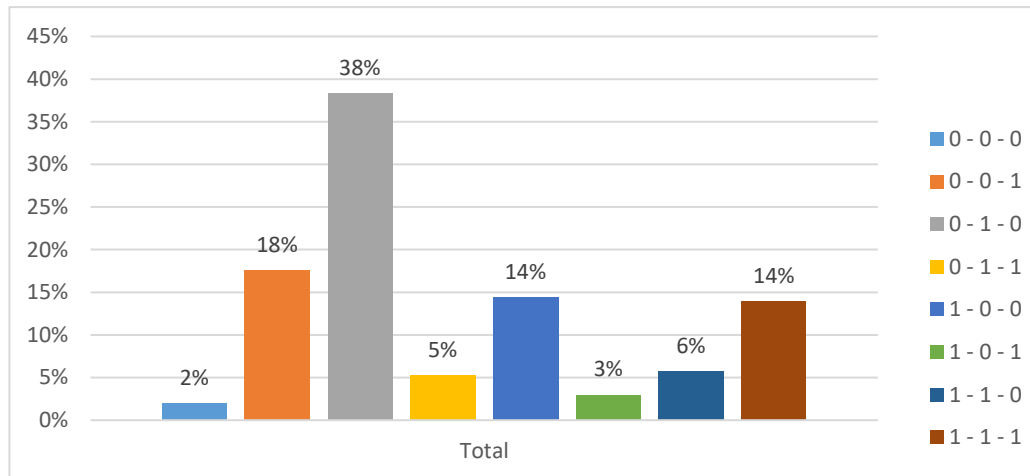
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	97	97,0	97,0	97,0
Válidos Sí	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Finalmente, en la variable “no compraría huevos ecológicos”, la mayoría de la muestra, con un 97%, no estaría dispuesto a consumir el huevo ecológico de la Gallina Negra Castellana.

Este último resultado puede estar relacionado con el poco conocimiento de la raza, como bien ha demostrado este estudio, y al desconocimiento, como consecuencia, del huevo ecológico de la Gallina Negra Castellana.

Gráfico 5: Comparativa variables de consumo



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Haciendo una comparativa de las variables anteriores, observamos en el Gráfico N°5 que el mayor porcentaje se sitúa en un 38% correspondiendo en la leyenda con 0-1-0 (color gris), siendo la primera variable “no transgénico”, la segunda variable “por salud” y la tercera variable “por sabor” y siendo 0 = no y 1 = sí. Esto corrobora lo que anteriormente hemos observado: la razón que predomina por la que la muestra consumiría el huevo ecológico de Gallina Negra Castellana es la salud, seguido de la variable sabor (color naranja).

- ¿Aceptaría la muestra que los huevos ecológicos tuviesen un precio más elevado?

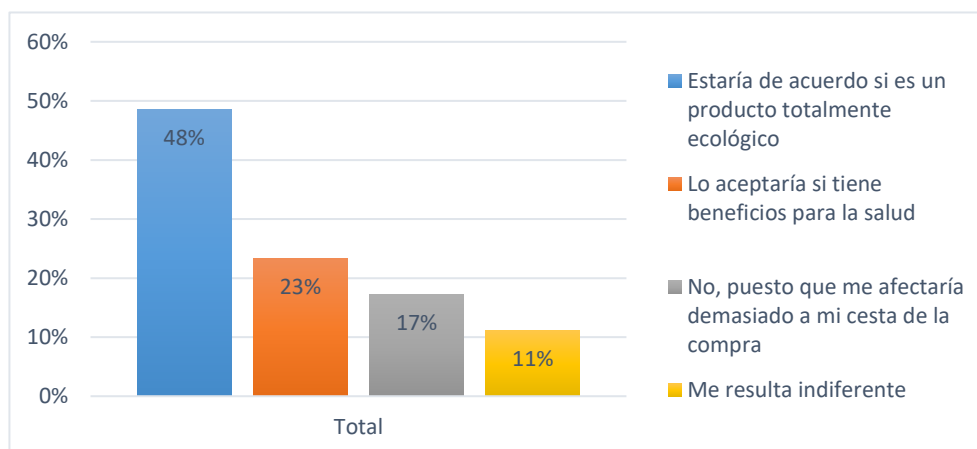
Tabla de frecuencia

Tabla 6.13: *Tabla de frecuencia – aceptar precio más alto*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	1	1,0	1,0	1,0
1	48	48,0	48,0	49,0
2	23	23,0	23,0	72,0
Válidos 3	17	17,0	17,0	89,0
4	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Gráfico 6: *Porcentajes aceptación del precio elevado del producto*



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Así como muestran la Tabla N°6.13 y el Gráfico N°6, la mayoría de los integrantes del estudio (48%) señala que sí aceptaría un precio más elevado del huevo de Gallina Negra Castellana siempre y cuando se trate de un producto totalmente ecológico.

7. Conclusiones

En este punto debemos hacer memoria de los objetivos señalados al comienzo de este trabajo para señalar si tales objetivos fijados se han conseguido y de qué manera hemos llegado a ellos.

El objetivo general se fijó en la averiguación del interés de la Gallina Negra Castellana y de su producto: huevos ecológicos, así como el grado de interés de estos. Para llegar a tal objetivo se determinó uno específico: creación de un cuestionario online que nos permitiese descubrir dicho grado de interés, así como de su conocimiento, y a mayores, mostrar si se trata de un producto que resulte atractivo para el consumo.

Para la consecución del objetivo general se ha llevado a cabo un estudio de la literatura encontrada acerca de la Gallina Negra Castellana, donde se pudo comprobar la poca existencia de tal información.

Una vez se fijó el objetivo específico se llevó a cabo la creación de tal cuestionario y del análisis de datos posterior. Gracias al Software de análisis de datos IBM SPSS Statistics y a la aplicación Excel del Paquete Office 365 los resultados pudieron ser estudiados con mayor facilidad, permitiendo de esta manera dar respuestas a nuestras preguntas de investigación.

Haciendo una observación de cómo se señalaron inicialmente los objetivos, podemos afirmar que gracias al cuestionario online fijado como objetivo específico se ha conseguido profundizar y llegar al fin propuesto como objetivo general: dar respuesta sobre el grado de conocimiento y de interés, y facilitar información sobre la predisposición de la muestra al posible consumo de los huevos ecológicos y las razones por las que aceptarían consumirlos.

Se ha mostrado un desconocimiento entre la muestra del estudio sobre la Gallina Negra Castellana, puesto que como se ha ido descubriendo en la presente investigación, no existe la suficiente información acerca de esta raza en la literatura estudiada. Sin embargo, a pesar de este desconocimiento, las personas integrantes del estudio sí que han ofrecido un grado de interés adecuado. Este nivel de interés se ha advertido con mayor fuerza entre las personas más jóvenes de la muestra, evidenciando

de esta manera que el público objetivo o *target* fijado en el inicio de esta investigación se había señalado de forma correcta.

Del mismo modo, hemos podido observar que el porcentaje de la muestra que no ha consumido nunca el huevo ecológico de la Gallina Negra Castellana es superior al porcentaje que sí que lo ha consumido alguna vez. No obstante, el porcentaje que más ha destacado respecto a la predisposición ha sido la variable *“no, pero me interesaría probarlo”*, denotando, de nuevo, un interés por el producto, siendo la salud la razón que ha predominado en esta predisposición al consumo.

Finalmente, se ha podido señalar que la razón predominante por la que las personas integrantes del estudio consumirían el producto de la Gallina Negra Castellana sería el origen totalmente ecológico de los huevos, junto con la cuestión de salud, advirtiendo de nuevo la concienciación por el medio ambiente.

8. Limitaciones y prospectiva

8.1 Limitaciones

La limitación principal que nos hemos encontrado en este trabajo han sido las pocas revistas, publicaciones y artículos sobre esta raza, como ya hemos comentado con anterioridad. En uno de los portales de literatura más conocidos como es Dialnet apenas existen 9 publicaciones sobre la Gallina Negra Castellana. Esto ha supuesto la búsqueda de más información en bases de datos como Scopus o Web of Science, donde apenas existe contenido sobre esta raza y en buscadores de literatura como Google Académico en el cual sí existen publicaciones, pero muchas de ellas no tienen relación con la Gallina Negra Castellana.

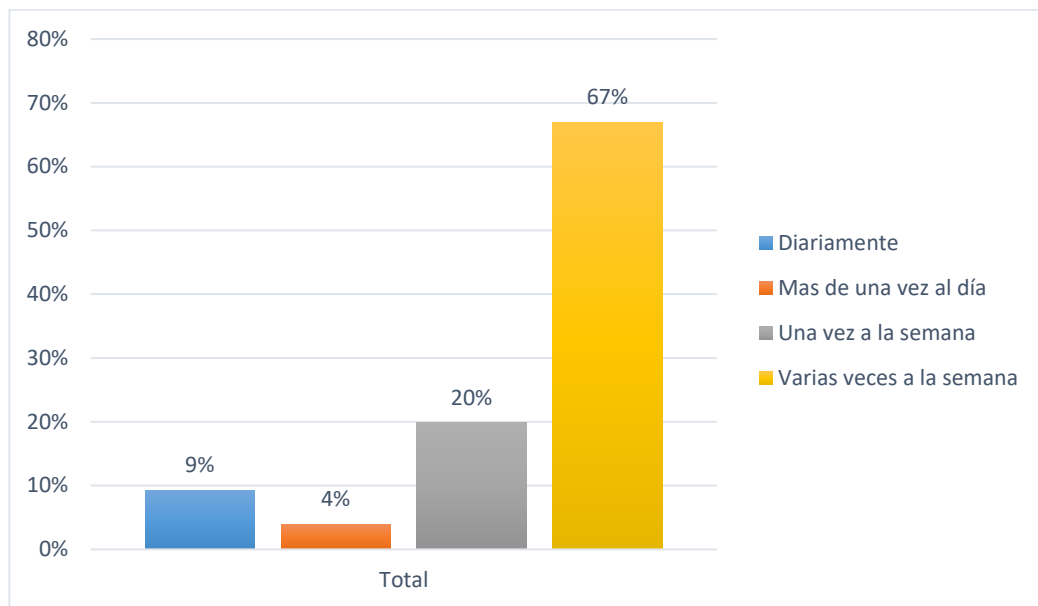
Esta falta de información ha ocasionado una limitación en este trabajo, ya que para realizar una investigación sobre, en este caso, la Gallina Negra Castellana y una investigación de mercados es necesario contar con un amplio número de publicaciones y de literatura sobre el objeto a estudiar.

8.2 Prospectiva

Como se ha podido observar en los resultados del presente estudio, el desconocimiento de la Gallina Negra Castellana es real. A pesar de dicho desconocimiento, el interés que la muestra ha señalado en el cuestionario debería ser importante de cara al futuro.

Para plantear una prospectiva de futuro respecto al posible consumo del huevo ecológico de esta raza, se muestra en el Gráfico N^o.6 la frecuencia de consumo de huevos que la muestra ha señalado en el estudio.

Gráfico 7: Frecuencia de consumo de los huevos de la muestra



Fuente. Elaboración propia a través de los datos de la muestra.

Observamos que la predisposición hacia el consumo de los huevos es interesante: “*varias veces a la semana*” es el porcentaje mayoritario en esta variable de frecuencia, con el 67%. A pesar de que tal porcentaje se refiera al consumo de huevos no ecológicos, dicho resultado nos ayuda a conocer la tendencia que tienen los participantes del estudio hacia la adquisición del huevo.

Teniendo en consideración los resultados vistos hasta ahora y dado que las personas participantes han indicado la probabilidad de probar el producto (siendo el hecho de tratarse de un producto totalmente ecológico la razón por la que aceptarían consumirlo), resulta interesante tener en cuenta la opción de introducir el huevo de la Gallina Negra Castellana en el mercado.

Esta idea de negocio se está planteando en el Proyecto Europeo TIMMIS, explicado en el primer epígrafe de este trabajo. Dicha idea de negocio se quiere llevar a cabo para intentar evitar la extinción de la raza Gallina Negra Castellana, ayudando también a revitalizar la industria en el medio rural.

Algunas de las acciones que se quieren desarrollar a medio-largo plazo son las siguientes:

- ➔ Rentabilizar la cría de Gallina Negra Castellana a través de la comercialización de sus huevos, plumas y otros productos derivados.
- ➔ Realizar labores de difusión con el objetivo de dar a conocer la raza, llevando a cabo planes de comunicación basados en plataformas online.
- ➔ Actividades tales como:
 - "Apadrina tu Gallina". Servicio ofertado a cualquier persona que quiera proteger la raza.
 - "Ven a conocer nuestras Gallinas". Experiencias donde se podrá conocer el hábitat de las Gallinas y su día a día.
 - Otras actividades culturales como excursiones que permitan descubrir la historia de la raza y consigan acercar a la población al mundo rural.

Para llevar a cabo tales actividades es necesario estudiar y analizar los componentes externos e internos que se deben tener en cuenta. Para ello, se ha realizado el siguiente DAFO:

Tabla 8.1: *Análisis DAFO*

<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puesta menor que el resto de las Gallinas - Desconocimiento de la raza en la población - Dificultad para introducir el producto en el mercado 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Depredadores que puedan suponer una plaga¹ - Sanidad y leyes de gestión - Competidor fuerte: Galo Celta, el cual lleva años en el mercado y cuenta con notoriedad en cuanto a producción ecológica
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribuye a conservar la raza de la Gallina Negra Castellana - Se trata de un producto 100% ecológico - Beneficioso para la salud (colesterol) 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de la conciencia ambiental de la población - Auge de los productos ecológicos en el mercado - Redes sociales, las cuales permiten dar a conocer la raza y el producto

Elaboración propia.

¹Depredadores tales como los zorros, las aves de presa, los coyotes, las comadrejas, los gatos, los mapaches o las serpientes, entre otros.

Las debilidades y fortalezas son de origen interno, mientras que las amenazas y oportunidades tienen origen externo. Las fortalezas y oportunidades son puntos fuertes que se deben potenciar para poder explotar el valor añadido de la idea de negocio, en tanto que las debilidades y amenazas son los puntos más débiles que, con el compromiso y trabajo del equipo, se deben paliar con una buena estrategia organizativa.

La principal idea de negocio es comercializar los huevos de Gallina Negra

Castellana para poder así comunicar la información necesaria sobre esta raza y sobre el peligro de su extinción. Conociendo, gracias a la investigación realizada, que el público objetivo se compone en su mayoría por personas jóvenes, no debemos dejar a un lado otro tipo de público objetivo como pueden ser personas con alto poder adquisitivo concienciadas con el medio ambiente y los animales, personas vegetarianas que busquen una fuente de proteína con menor impacto ambiental, así como restaurantes gourmet y restaurantes especializados.

El plan de comunicación sería inicialmente online, ya que las redes sociales no suponen un coste muy elevado para empezar a dar difusión a la raza y al producto y observar así el impacto y la opinión del público objetivo ante el mensaje.

La comunicación offline podría ser viable en un período de tiempo más largo; una vez la comunicación online haya sido eficaz y el público objetivo se haya interesado en el mensaje, se llevaría a cabo la información vía prensa, revistas y radio, principalmente.

Ambas son complementarias entre sí, por lo que una vez se decida llevar a cabo una comunicación offline no hay que olvidar ni dejar de lado el contacto online.

Esta idea de introducir el huevo de la Gallina Negra Castellana en el mercado está siendo estudiada para poder llevarla a cabo y hacerla real y tangible, ya que se trata de un proyecto llamativo y con gran diferenciación; no obstante, para hacer posible dicho proyecto debemos trabajar mucho en la idea y contar con la ayuda de la investigación que se ha abordado en el presente trabajo.

9. Referencias bibliográficas

Abalde Paz, E., Muñoz Cantero, J. M., Universidad de La Coruña, Departamento de Filosofía, A. y M. de I. en E., & Xornadas de Metodoloxía da Investigación Educativa. (1992). *Metodología educativa I*. La Coruña: Universidade, Servicio de Publicacións.

Álvarez Rodríguez, F. J., & Padilla Díaz, F. (2000). *MÉTODO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR INTERNET*.

Campbell, D. T., & Stanley, J. C. (1973). *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social*. Amorrortu Editores.

Campo Chavarri, J. L. (2010). *El Programa de Conservación de Razas Españolas de Gallinas del INIA*. 6.

García Trujillo, R., Berrocal, J., Moreno, L., & Ferrón, G. (2009). *Producción Ecológica de gallinas ponedoras*.

Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria. (2010). *Programa de conservación de la gallina castellana negra*. Recuperado de https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/zootecnia/anexoiiprogramadeconservacioncastellananegrajulio_tcm30-481560.pdf

López, P. L. (2004). *Población, muestra y muestreo*.

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado* - Naresh K. Malhotra - Google Libros. Recuperado 29 de marzo de 2019, de <https://books.google.es/books?id=SLmEbIVK2OQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Situación de la raza. (2019). Recuperado 30 de marzo de 2019, de GANECA website:

<http://ganeca.org/wordpress/situacion-de-la-raza/>

TIMMIS – AYUNTAMIENTO DE VILORIA DEL HENAR 2018-2019 – Cátedra Comercio

Exterior. (2019). Recuperado 4 de mayo de 2019, de

<http://catedracomercioexterior.uva.es/timmis-ayuntamiento-de-timmis-viloria-del-henar-2018-2019/>

Yustos Gutiérrez, J. L., & Montouto, Ó. (2018). *Raza Aviar Castellana Negra*. 16-17.

Yustos, J. L. (2017). La Gallina Negra Castellana y GANECA. *Raza Hispano-Árabe*.

Equino Caballar, (40), 101-108.

10. ANEXOS

Anexo 1. Descripciones de las imágenes registradas durante las visitas al Museo de la Ciencia de Valladolid.

Texto que acompaña a la Figura N°4.1: **“Castellana Negra: A Isabel la Católica le gustaba especialmente ese color negro, con reflejos metálicos, tan propio de la raza, originaria de Castilla y León, que llegó hasta América con Cristóbal Colón y hasta las cortes europeas como regalo de los monarcas españoles. Los machos son alegres y altivos, y las hembras excelentes ponedoras”.**

Texto que acompaña a la Figura N°4.2: **“Un patrimonio tan valioso como las catedrales. Gallina Negra Castellana: El origen de las gallinas castellanas negras y de las catedrales medievales se remonta a la misma época. Tal vez por eso las castellanas negras son admiradas por aficionados de todo el mundo. La gallina castellana negra es una de las razas europeas de gallinas más antigua. Posiblemente es la raza de gallinas traídas por los árabes a España. Esta hipótesis es consistente con la presencia tradicional de la raza en los territorios donde más siglos habitaron los musulmanes en la Península Ibérica y su ausencia en las tierras del norte peninsular hasta el siglo XIX.**

El huevo de colón: Se cuenta que Cristóbal Colón viajó con ellas por expreso deseo de la reina Isabel la Católica, que tenía especial simpatía por estas inquietas gallinas. Y que viajó hasta Flandes cuando era dominio español en tiempos de Carlos V. Muchas de las actuales gallinas de color negro que existen en Europa proceden de nuestra castellana negra. Esta afirmación se ha visto confirmada por los estudios genéticos realizados en el Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias (INIA) de España.

Prueba de esa antigüedad es que su patrón se definió en 1926 por D. Enrique P. de Villamil, siendo una de las primeras gallinas europeas en tenerlo. En aquella época también recibía otros nombres: en Andalucía la llamaban andaluza, jerezana o malagueña negra; en algunas zonas de Castilla y León se la conocía como zamorana. En el tratado de “Aves de Corral”, de 1902, Massuet y Amorós, se la proclama “reina del corral en punto a huevos” y estiman una puesta de 150-170 huevos anuales.

Del estrellato al olvido: En la primera mitad del siglo XX fue la raza más utilizada en España para la obtención de huevo de color blanco. En esos años existían

castellanas negras seleccionadas que ponían 220-225 huevos anuales, según algunos concursos de puesta.

Con la llegada de los híbridos y la avicultura industrial en jaulas, la gallina castellana negra cayó en el olvido. Nuestra castellana llegó a situarse al borde de la extinción según el Programa para la Alimentación y la Agricultura de Naciones Unidas.

Una gallina en peligro de extinción y sus aliados: Actualmente, la castellana negra está incluida en el Programa Nacional de conservación, mejora y fomento de las razas ganaderas del Ministerio de Agricultura, catalogada como especie aviar en peligro de extinción. Afortunadamente, en 1975 comenzó el Programa de Conservación de razas autóctonas españolas de gallinas del Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA), para garantizar el mantenimiento de la diversidad genética de dichas razas. Ganeca Amigos de la Gallina Castellana Negra (Asociación nacional de criadores) siempre ha contado con la ayuda de dicho Programa para evitar problemas de deterioro genético de la raza. El contenido de la siguiente imagen también es aportación de Yustos, en la cual explica el origen de GANECA, sus objetivos y sus ganas por dar a conocer esta auténtica raza de gallinas”.

Texto que acompaña a la Figura N°4.3: **“Ganeca – Salvar a la Castellana Negra. Una asociación para criadores y simpatizantes:** En España el trabajo de las asociaciones de criadores de razas autóctonas, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación es fundamental para conservar este patrimonio.

GANECA Amigos de la gallina castellana negra es la asociación de carácter nacional, impulsada por un grupo de criadores que buscan incrementar el número de aficionados a la raza.

Los objetivos de GANECA incluyen:

- Cría, recuperación y mejora de la castellana negra.
- Promoción de actividades y exposiciones divulgativas, para aproximar a los ciudadanos un mejor conocimiento de dicha raza, su manejo y bienestar.
- Promoción de actos culturales y educativos sobre el mundo de las aves, con especial atención al ciclo escolar.
- Puesta en valor del huevo de la castellana negra, especialmente en ecológico.

En estos años Ganeca ha desplegado una intensa actividad para divulgar esta raza. Prueba del interés europeo por la raza son los pedidos de aficionados de Italia, Francia, Turquía o Inglaterra. Y los artículos publicados por numerosas asociaciones europeas o las actividades educativas en centros escolares.

GANECA es, por Resolución del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, gestora del Libro genealógico y el Programa de mejora de la raza Gallina Castellana Negra. Está integrada en Fesacocur y en Feagas, y cuenta con más de un centenar de socios, con presencia en casi todas las comunidades autónomas, comprometidos en la selección de la raza para conseguir mantener la rusticidad o mejorar la capacidad de puesta.

La viabilidad de la raza, más allá de los concursos de avicultura artística, pasa por encontrar una utilidad real a esta gallina. Por eso, ya existen socios, en la provincia de Valladolid (Granja Escuela Las Cortas de Blas e INEA-Escuela Universitaria de Ingeniería Agrícola) que están produciendo huevos ecológicos certificados por el Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Castilla y León”.