

## Consumo y gasto en carne y productos cárnicos

**D**urante el año 2023, el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos fue de 253,2 millones de kilos, que suponen 8,6 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 1,552,9 millones –de forma concreta, 52,4 por persona-. Durante el último año, un 84,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario más notable se asocia a la carne fresca (7,9 kilos por persona de consumo me-

dio) y, de manera concreta, al pollo (3,6 kilos per cápita) y a la ternera (3,1 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 79,3% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (28,6%), ternera (28,5%) y porcino (14,5%).

La carne transformada (1,1 kilos y 20,5 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extracomunitario durante el año 2023. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 21,8% sobre el total de la carne transformada).

### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	253,18	8,55	1.552,86	52,44	84,90
CARNE FRESCA	224,06	7,87	1.231,28	43,25	81,63
TERNERA	74,67	3,06	442,63	18,15	69,93
POLLO	85,82	3,63	444,79	18,83	67,74
PORCINO	32,00	1,64	225,60	11,57	55,91
OVINO	7,66	1,39	26,06	4,72	15,82
RESTO CARNE FRESCA	23,90	1,34	151,70	8,49	51,26
CARNE TRANSFORMADA	29,12	1,09	547,32	20,45	76,72
JAMÓN CURADO	6,54	0,40	119,13	7,31	46,70
JAMON CURADO NORMAL	5,14	0,35	90,92	6,14	42,44
JAMON CURADO IBERICO	1,40	0,21	27,49	4,02	19,60
LOMO EMBUCHADO	0,23	0,18	3,11	2,46	3,63
CHORIZO	1,00	0,19	20,20	3,89	14,88
PATES / FOI GRAS	0,15	0,08	5,20	2,73	5,47
RESTO CARNE TRANSFORMADA	21,20	0,85	404,94	16,22	71,59

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una cierta estabilidad en el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



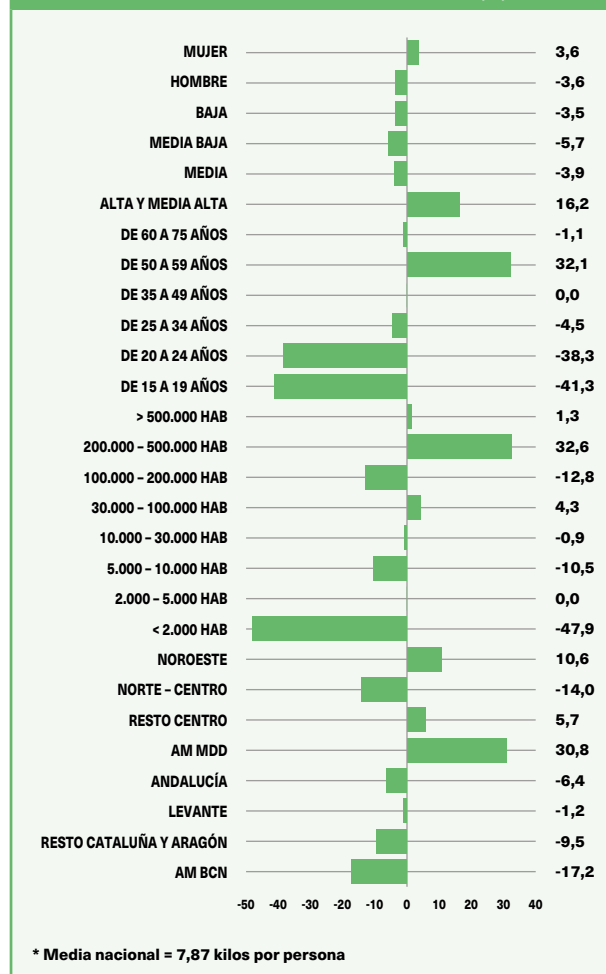


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo muestran un consumo superior de carne fresca en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de carne fresca fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de carne fresca aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de carne fresca no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en la zona Noroeste, resto centro y el área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el resto de Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona, la zona Norte-centro, Levante y Andalucía. ■

### DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE CARNE CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*





mercasa

**Alimentación  
en España 2024**

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DISTRIBUCIÓN CONSUMO



## **ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA**

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

27ª EDICIÓN 2024/2025

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ MIÑONES CONDE

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y PERSONAS: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

*Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro. La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.*

*En esta edición, Mercasa agradece especialmente las facilidades para la realización de fotografías en el Mercado Municipal La Paz y el Mercado de Chamartín, ambos en Madrid, así como el hipermercado Alcampo en el Centro Comercial Getafe 3.*