



Consumo de productos avícolas en los hogares españoles

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

Resulta habitual que los hogares españoles incluyan en su cesta de la compra carne de pollo y huevos (gasto per cápita de 63 euros y 16 euros, respectivamente). Además de estos productos avícolas, también existe una demanda creciente de otros alimentos como carne de pavo o carne de avestruz. Este trabajo se centra en el análisis de la demanda de productos avícolas en los hogares españoles incidiendo en las diferencias que aparecen en el consumo en función de la clase social, la composición del hogar, la situación laboral, la edad, el tamaño del hogar, el municipio y hábitat de residencia o la tipología de hogar. Además, se revisa la demanda de esta familia de productos estudiando específicamente la cuota de mercado de los principales formatos comerciales.

PALABRAS CLAVE: aves, huevos, pollo, pavo, avestruz, consumo hogares, cuota de mercado.

Durante el año 2011, cada español gastó en torno a 1.471 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, la carne de pollo llega a 62,6 euros, los huevos a 16,1 euros y la carne de otras aves a 9,4 euros (destaca la demanda de carne de pavo y carne de avestruz). Estos productos avícolas, de forma conjunta, representan en torno al 6% del gasto total en alimentación.

El cuadro 1 detalla el consumo y el gasto en productos avícolas de los hogares españoles durante el último ejercicio. En cifras absolutas, el consumo asciende a cerca de 377 millones de kilos de huevos, 668 millones de kilos de carne de pollo fresco, 7,5 millones de kilos de despojos de pollo, 46,3 millones de kilos de carne congelada de pollo y 73,2 millones de kilos de carne de otras aves.

La carne fresca de pollo concentra el mayor gasto (58,4 euros per cápita), los huevos de gallina rondan un gasto por per-

CUADRO 1

Consumo y gasto en productos avícolas en España, 2011

	CONSUMO		GASTO		PRECIO MEDIO (EUROS POR KILO)
	CONSUMO TOTAL (MILES DE KILOS)	CONSUMO PER CÁPITA (KILOS)	GASTO TOTAL (MILES DE EUROS)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)	
Total huevos (kilos)	376.892,65	8,21	739.900,79	16,12	1,96
Total huevos (unidades)	6.010.732,40	130,98	739.900,79	16,12	0,12
Huevos gallina	5.866.395,00	127,84	727.944,52	15,86	0,12
Huevos otras aves	144.337,40	3,15	11.956,27	0,26	0,08
Carne fresca pollo	667.706,39	14,55	2.681.133,49	58,43	4,02
Pollo entero	240.708,14	5,25	660.321,21	14,39	2,74
Pollo filetes	38.410,74	0,84	248.859,78	5,42	6,48
Pollo por piezas	388.587,51	8,47	1.771.952,50	38,61	4,56
Despojos pollo	7.523,96	0,16	20.686,52	0,45	2,75
Carne avestruz	625,04	0,01	6.013,26	0,13	9,62
Carne pavo	54.637,62	1,19	324.351,46	7,07	5,94
Carne otras aves	17.940,73	0,39	101.761,27	2,22	5,67
Carne congelada pollo	46.333,82	1,01	170.772,68	3,72	3,69

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



sona de 16 euros, y, al mismo tiempo, destaca el mayor precio relativo de la carne de pavo (6 euros/kilo aproximadamente) y, sobre todo, de avestruz (9,6 euros/kilo).

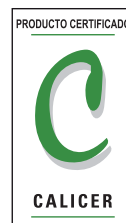
La demanda de carne de pollo está extendida entre los hogares españoles y se cifra en cerca de 15,7 kilos por persona, con un gasto de 62,2 euros. La carne fresca supone la parte mayoritaria de la demanda con una participación del 93,3%, mientras que el pollo congelado llega al 6% del gasto (los despojos de pollo tienen una participación poco significativa).

En la demanda de carne fresca de pollo, el consumo mayoritario se realiza por piezas (8,5 kilos per cápita), seguido de pollo entero (5,2 kilos por persona) y con una participación menos importante del pollo en filetes (no llega a un kilo por consumidor).

El gráfico 1 resume la evolución en el consumo en productos avícolas durante el periodo 2007-2011 (se ha tomado como referencia la demanda en el año 2007 y, por tanto, se le otorga un valor 100). Los huevos de gallina han ido perdiendo peso en la demanda de los últimos años, mientras que sucede lo contrario con los huevos de otras aves. La

demanda de pollo presenta una casuística variada: el pollo entero mantiene una cierta estabilidad, por filetes disminuye considerablemente, por piezas asciende, y, por último, el pollo congelado experimenta un ascenso muy significativo. Aunque en términos absolutos la carne de avestruz y la carne de pavo cuentan con una demanda per cápita reducida, el ascenso durante los últimos cinco años ha sido notable tal y como se observa en el gráfico.

El consumo de productos avícolas aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativa-



CERTIFICAMOS PRODUCTOS EXTRAORDINARIOS

CALICER ENTIDAD CERTIFICADORA DE ALIMENTOS

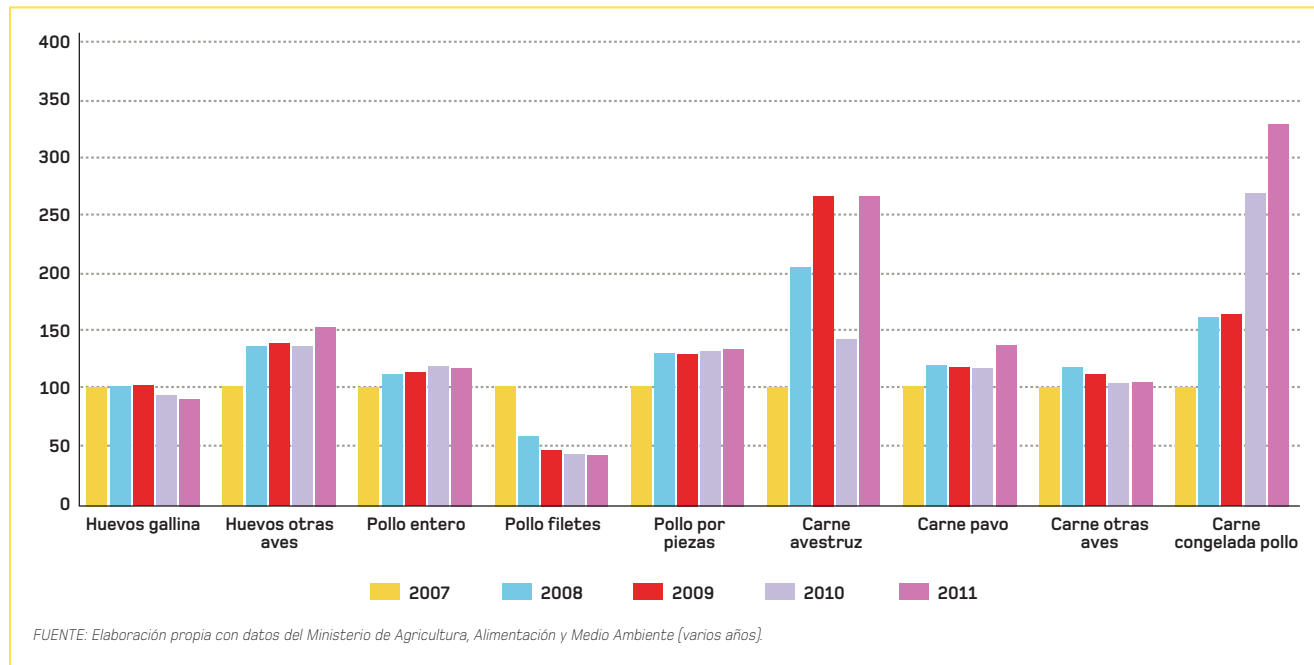
Si su producto es extraordinario, dígaselo a todo el mundo con el sello CALICER. Una certificación de procedencia, trazabilidad y calidad. Una garantía que defiende el nombre de su producción frente a imitaciones o abusos. Un símbolo que, en definitiva, ofrece un valor añadido a sus productos agroalimentarios.



SALAMANCA:
Pizarro, 17 bajo • Tel. 923 19 22 38 • 37005 Salamanca
MADRID:
Monsalpe, 14 - A, 3º B • Tel. 91 463 25 54 • 28047 MADRID
www.calicer.com

GRÁFICO 1

Evolución del consumo de productos avícolas en España (2007=100), 2007-2011



mente en la decisión de compra de huevos o carnes de ave.

Sobre cada uno de estos factores se pueden plantear, a modo de ejemplo, las divergencias existentes con respecto a la media nacional en el consumo de carne fresca de pollo. Así pues, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que aumentan o minoran la demanda de pollo. En el gráfico 2 y en el cuadro 2 se han resumido algunas de las principales variables que condicionan el consumo de productos avícolas de los individuos en el hogar. Por una parte, el gráfico 2 calcula la desviación en kilos con respecto al consumo per cápita medio de pollo fresco (14,6 kilos) en función de algunas de las características de los hogares anteriormente citadas. Por otro lado, el cuadro 2 discrimina los consumos por encima y por debajo de la media en productos avícolas (huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz y pavo).

Las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en los siguientes puntos:

- El estrato económico en el que se encuadra el hogar – y por tanto el nivel de ingresos – resulta determinante

LO ÚLTIMO EN ENVASES PARA HUEVOS SE LLAMA SOUL. FÁCIL DE ENCONTRAR, DIFÍCIL DE OLVIDAR.



Diseñado para atraer al consumidor en el punto de venta:

- > Atractivo diseño y vivos colores.
- > Disponible en formato de 6 y 12 huevos (nuevo).
- > Excelente funcionamiento en la línea de envasado.
- > Envase fabricado con papel reciclado.
- > Reciclable, biodegradable y respetuoso con el medio ambiente.
- > 21% más unidades por palet: menos espacio en almacén y menor emisión de CO2 en el transporte
- > Ecodiseño: 11% menos materia prima empleada en la fabricación: menor consumo energético en su producción y reducción de emisiones en el proceso.



Tienes SOUL?



cemosa

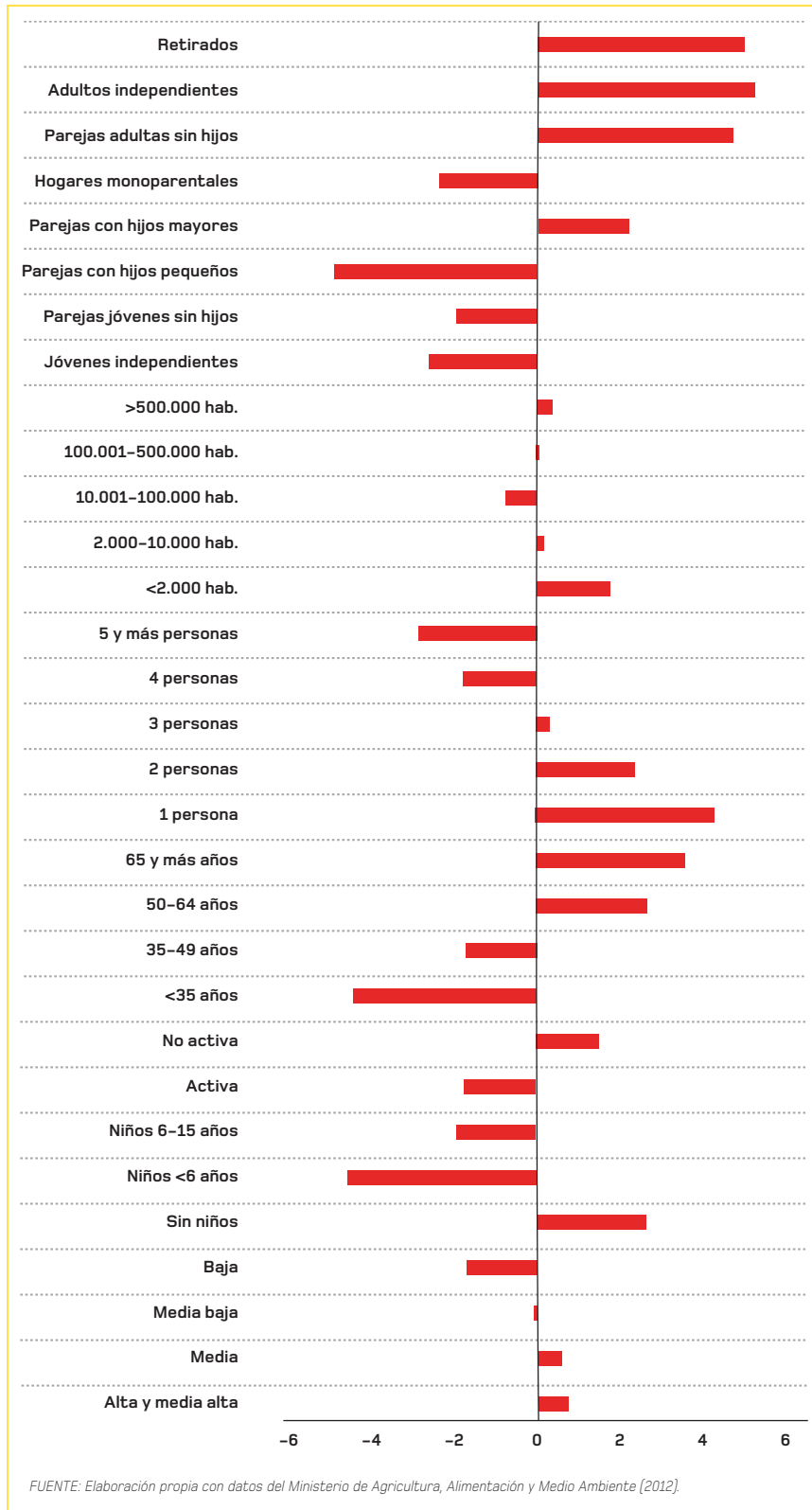
CELULOSAS MOLDEADAS, S.A.

CEMOSA. Autonomía, 2. 48291 Atxondo (Vizcaya). Tel. +34 946 23 17 17 • Fax. +34 946 23 17 99

www.soul-cemosa.es

GRÁFICO 2

Desviaciones en el consumo per cápita de pollo fresco conforme a las características de los hogares (media nacional = 14,6 kilos por persona). Kilos



para el consumo de productos avícolas. Así, por ejemplo, los hogares de categoría baja consumen una cantidad inferior a la media (-1,7 kilos); lo mismo sucede en los hogares de categoría media baja (-0,1 kilos). Sin embargo, los hogares de las categorías media y alta y media-alta tienen un patrón de consumo de pollo fresco con desviaciones positivas sobre la media (0,6 kilos y 0,8 kilos, respectivamente).

- La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de pollo fresco –sobre todo si son menores de 6 años– puesto que las desviaciones positivas solo aparecen en la categoría de hogares sin niños (2,7 kilos por encima de la media). A modo de ejemplo, en los hogares con niños de entre 6 y 15 años solamente hay una demanda superior a la media en pollo congelado.
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro de la demanda per cápita de productos avícolas, en desviaciones positivas si la persona trabaja y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona no activa en el mercado laboral (en el caso del pollo fresco las oscilaciones pre-



VII MISIÓN
COMERCIAL
INTERNACIONAL
DE COMPRADORES

V ENCUENTRO
DE COMPRADORES
NACIONALES

FIAL FERIA Internacional de Alimentación

Don Benito (Badajoz)
del 19 al 21 de septiembre

2012

GOBIERNO DE EXTREMADURA
Consejería de Empleo, Empresa e Innovación

 FEVAL | Institución Ferial de Extremadura

CUADRO 2

Diferencias en el consumo per cápita de productos avícolas conforme a las características de los hogares, 2011

		CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA	CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA
Clase social	Alta y media alta	Huevos, pollo fresco, pavo	Pollo congelado, avestruz
	Media	Pollo fresco, pollo congelado, pavo	Huevos, avestruz
	Media baja	Huevos	Pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	Baja	Avestruz	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, pavo
Composición del hogar	Sin niños	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo	—
	Niños < 6 años	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	Niños 6-15 años	Pollo congelado	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo
Situación mercado laboral	Activa	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	No activa	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo	—
Edad	< 35 años	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	35-49 años	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	50-64 años	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, pavo	Avestruz
	> 65 años	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo	Pollo congelado
Tamaño del hogar	1 persona	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo	Pollo congelado
	2 personas	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo	—
	3 personas	Pollo fresco	Huevos, pollo congelado, avestruz, pavo
	4 personas	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	5 y más personas	Pollo congelado	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo
Tamaño municipio residencia	< 2.000 habitantes	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo	Pollo congelado
	2.000-10.000 habitantes	Pollo fresco	Huevos, pollo congelado, avestruz, pavo
	10.001-100.000 habitantes	Pollo congelado	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo
	100.001-500.000 habitantes	Huevos, pollo fresco, pavo	Pollo fresco, avestruz
	> 500.000 habitantes	Pollo fresco	Huevos, pollo congelado, avestruz, pavo
Tipología de hogar	Jóvenes independientes	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	Parejas jóvenes sin hijos	Pollo congelado	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo
	Parejas con hijos pequeños	—	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo
	Parejas con hijos mayores	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, pavo	Avestruz
	Hogares monoparentales	Pollo congelado	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo
	Parejas adultas sin hijos	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, avestruz, pavo	—
	Adultos independientes	Huevos, pollo fresco, pollo congelado, pavo	Avestruz
	Retirados	Huevos, pollo fresco, avestruz, pavo	Pollo congelado

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

sentan una horquilla entre -1,7 kilos y 1,5 kilos).

- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de productos avícolas ofrece una conclusión relevante: la demanda de casi todos los productos avícolas se incrementa conforme aumenta la edad del comprador. A modo de ejemplo puede citarse que los jóvenes menores de 35 años consumen -4,4 kilos por debajo de la media en carne fresca de pollo, mientras que, por otro lado, los consumidores mayores de 65 años demandan 3,7 kilos por encima de la media de este producto.
- El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita de productos avícolas. El punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se en-



cuentra en tres miembros. Así, los hogares con una, dos y tres personas consumen, en términos per cápita, más productos avícolas que la media, mientras que sucede lo contrario

en los hogares compuestos por cuatro o más personas (por ejemplo, en los hogares con cuatro personas se consumen -1,8 kilos per cápita de carne fresca de pollo).

Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

CUADRO 3

Gasto per cápita en productos avícolas por comunidades autónomas, 2011. Euros

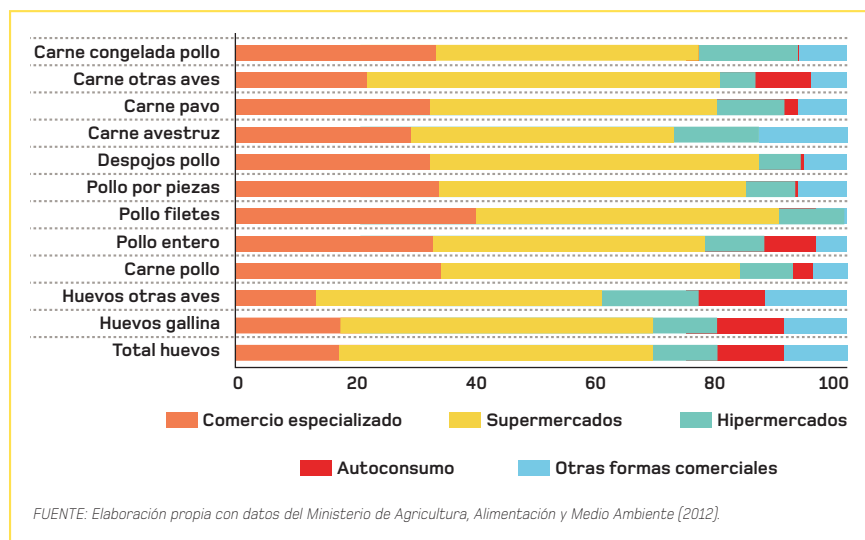
	ESPAÑA	CATALUÑA	ARAGON	BALEARES	C. VALENCIANA	MURCIA	ANDALUCÍA	MADRID
Total huevos	16,1	15,3	16,1	15,2	14,9	13,4	15,1	15,6
Huevos gallina	15,9	14,9	15,7	15,0	14,7	13,1	14,8	15,5
Huevos otras aves	0,3	0,5	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2
Carne pollo	58,4	63,7	73,5	64,1	63,9	54,6	56,1	61,2
Pollo entero	14,4	15,5	19,6	16,0	16,8	15,8	12,6	12,2
Pollo filetes	5,4	4,8	3,0	4,6	5,2	3,5	6,4	9,4
Pollo por piezas	38,6	43,4	50,9	43,5	41,9	35,3	37,0	39,6
Despojos pollo	0,5	0,7	0,3	0,6	1,0	0,4	0,3	0,4
Carne avestruz	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Carne pavo	7,1	8,6	11,6	6,3	9,0	6,3	5,6	6,6
Carne otras aves	2,2	2,8	3,1	2,1	2,3	2,3	2,3	2,3
Carne congelada pollo	3,7	2,4	2,5	3,1	3,3	2,6	2,8	2,5

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

GRÁFICO 3

Cuota de mercado en la distribución de productos avícolas en España, 2011.

Porcentaje



– El tamaño de la población repercute de una manera ambigua sobre el consumo de productos avícolas. En los pequeños municipios (<2.000 habitantes) existe una demanda por encima de la media en todos los productos con la única excepción del pollo congelado. En las grandes ciudades (>500.000 habitantes) el consumo es inferior en varios productos avícolas, pero superior en el caso concreto del pollo fresco. En el resto de municipios la casuística es variada, tal y como muestra el cuadro 2.

– Por último, el análisis del consumo per cápita de carne fresca de pollo según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el



CASTILLA-LA MANCHA	EXTREMADURA	CASTILLA Y LEÓN	GALICIA	ASTURIAS	CANTABRIA	PAÍS VASCO	LA RIOJA	NAVARRA	CANARIAS
16,5	16,5	20,4	17,4	17,7	21,4	19,1	18,5	17,9	15,9
16,3	16,3	20,2	17,3	17,6	21,2	18,6	18,1	17,2	15,7
0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,5	0,4	0,7	0,1
55,1	50,3	63,3	47,7	57,4	59,7	57,8	67,0	60,1	35,4
16,1	12,5	19,3	16,3	13,2	12,2	13,5	17,0	12,5	6,4
4,3	4,8	4,5	3,2	7,1	4,9	3,7	2,5	4,2	2,9
34,7	33,0	39,5	28,2	37,2	42,6	40,6	47,5	43,4	26,1
0,6	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2
0,1	0,2	0,5	0,1	0,1	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1
5,4	4,8	7,3	4,3	5,4	7,5	9,4	9,5	8,2	6,6
2,5	1,5	2,6	1,1	1,7	1,6	1,8	2,4	2,6	0,8
3,8	3,5	3,0	2,1	2,3	3,9	1,8	3,8	1,4	24,0

primer caso aparece un consumo por encima de la media en los hogares donde hay adultos independientes, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y jubilados. Por contra hay un consumo per cápita inferior a la media en jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, hogares monoparentales y parejas con hijos pequeños. El cuadro 2 ofrece varios escenarios en cuanto a la demanda de huevos, pollo fresco, pollo congelado, carne de avestruz y carne de pavo.

La demanda de productos avícolas también difiere por comunidades autónomas. La heterogeneidad de la demanda es considerable, tal y como resume el cuadro 3 con el gasto per cápita efectuado en los principales productos avícolas.

Por ejemplo, en Cantabria se llega a 21,4 euros en huevos, mientras que en Murcia el gasto per cápita se queda en 13,4 euros. En la carne fresca de pollo, el gasto en Aragón es el doble que en Canarias. También resulta destacable que el gasto en carne de pavo es casi tres veces mayor en Aragón que en Galicia. Finalmente cabe apuntar que el gasto en carne congelada de pollo es muy elevado en Canarias (24 euros por persona frente a 3,7 euros de media nacional).

El gráfico 3 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan productos avícolas y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir estos productos. Parece claro que los supermercados son el formato

que comercializa mayoritariamente productos avícolas (alcanzan, por ejemplo, el 51,4% de la cuota en huevos, el 48,8% en carne fresca de pollo, el 43,3% en carne de avestruz o el 47% en carne de pavo).

El comercio especializado también cuenta con una participación significativa en la venta de productos avícolas con un 33,7% en la carne fresca de pollo, un 39,3% en el pollo en filetes o un 32,8% en la carne congelada de pollo. Los hipermercados obtienen su cuota de mercado más elevada en la venta de huevos (15,8% en huevos de otras aves) y en carne de avestruz (11,6%). Finalmente, el autoconsumo resulta relevante en los huevos de gallina (10,9%), pollo entero (8,4%) y carne de otras aves (9%). ■



BIBLIOGRAFÍA

- MAGRAMA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid.
- MAGRAMA (2012): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, www.magrama.es
- MARTÍN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, pp 208-240.
- MARTÍN, V.J. (2010): "Consumo de carne y productos cárnicos. Evolución y tendencias más recientes", *Distribución y Consumo*, nº 111, pp 5-23.
- MARTÍN, V.J. (2011): "Hábitos de compra y consumo de carne de pollo", *Distribución y Consumo*, nº 117, pp 37-42.
- MERCASA (2011): *Alimentación en España 2011. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.