

# El consumo de carne de ovino y caprino en España

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Universidad Complutense de Madrid

La carne y los productos cárnicos se configuran como una partida con una notable participación en el patrón alimentario de los hogares españoles. Tanto los datos de consumo como los datos de gasto en alimentos y bebidas otorgan a la carne las cifras más elevadas en las demandas de los individuos.

Durante los últimos años, la carne de ovino y caprino viene representando en torno al 7,5% del gasto y al 5,5% del consumo sobre el total de carnes. De forma global, en la partida de carne, la participación más relevante se asocia a la carne de pollo, aunque la carne de cerdo y la carne de vacuno también cuentan con una significatividad notable.

Este trabajo pretende revisar las principales características del consumo de carne de ovino y caprino en España; por tanto, presenta algunos de los factores más significativos que repercuten, aumentando o disminuyendo, en el consumo en esta familia de productos. Las cuotas de mercado de los distintos formatos comerciales y la distribución territorial del consumo y del gasto en carne de ovino también son objeto de análisis en este artículo.

## Cuantificación del consumo en la carne de ovino y caprino

Durante el año 2007, cada español gastó en torno a 1.411 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, la partida de carne tiene una participación que, de forma conjunta, alcanza un 22,9% –es decir, 323,5 euros per cápita–. En este año, cada español gastó en términos medios 25,2 euros en carne de ovino y caprino y consumió 2,7 kilos de este tipo de carne; por tanto, sobre el total de carnes, el ovino y el caprino representan un 7,8% del gasto y un 5,3% del consumo. El cuadro 1 detalla el consumo y el gasto en carne de ovino durante el año 2007. El con-



sumo total ascendió a 119 millones de kilos y el gasto total llegó a 1.124,7 millones de euros.

El gráfico 1 refleja la evolución del consumo de carne de ovino y caprino durante el periodo 2000-2007. Con carácter general, se observa una notable volatilidad en el consumo de este tipo de carne. En cifras globales, el consumo del año 2000 (111 millones de kilos) se fue incrementando significativamente (por ejemplo, 127 millones de kilos en 2002); no obstante, se produce un descenso durante 2003, 2004 y 2005 (120, 118 y 116 millones de kilos, respectivamente), aunque parece que durante los úl-

timos dos años se ha estabilizado (en torno a 118-119 millones de kilos). En términos per cápita, los niveles de 2007 son prácticamente similares a los existentes en el año 2000 (en torno a 2,7 kilos), pero ha habido varios años en los que se ha consumido cerca de 3 kilos por persona (por ejemplo, 3,12 kilos en 2002).

Para completar la información sobre el consumo de carne de ovino y caprino en el hogar se han elaborado los gráficos 2 y 3.

El gráfico 2 plantea detalles sobre la estacionalidad en la demanda de la carne de ovino con un desglose por meses del consumo per cápita y de la tasa de penetración



(hogares que consumen este producto). El mes de diciembre, asociado a las celebraciones navideñas, plantea el mayor consumo per cápita (un 16,6% del total de consumo de carne de ovino se localiza en este mes) y la mayor tasa de penetración (un 26,5% de los hogares consumen ovino durante el mes de diciembre). Por el contrario, los resultados más reducidos están localizados en el mes de agosto (0,15 kilos por persona y una penetración en el 15,8% de los hogares).

El gráfico 3 introduce la evolución del consumo de carne de ovino y del precio por kilo de este producto durante los últimos años (2000-2007). Parece claro que se produce un repunte en la demanda de este tipo de carne en el mes de diciembre (celebraciones navideñas) y en el mes de abril (también asociado a celebraciones como, por ejemplo, comuniones). Al mismo tiempo, en los precios se producen oscilaciones que son especialmente relevantes en el mes de diciembre asociadas a los mayores niveles de demanda anteriormente comentados.

### CUADRO 1. CONSUMO Y GASTO DE CARNE DE OVINO Y CAPRINO, 2007

Consumo total	119 millones de kilos
Gasto total	1.124,7 millones de euros
Consumo per cápita	2,7 kilos
Gasto per cápita	25,2 euros
Participación sobre total consumo carne	5,3%
Participación sobre total gasto carne	7,8%

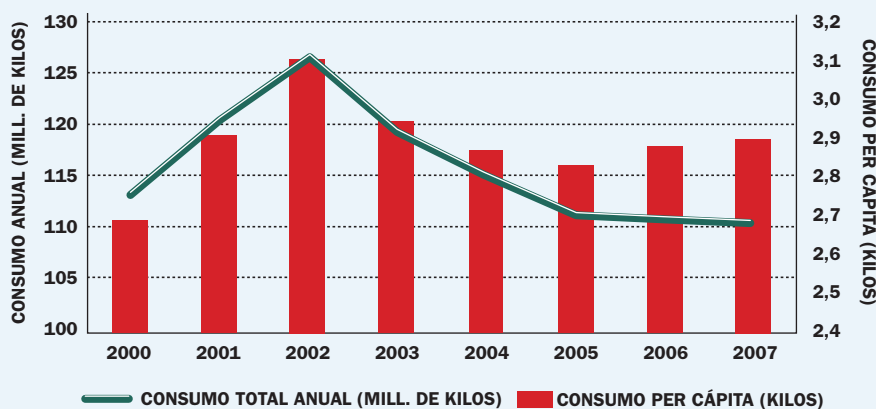
Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).

### Diferencias entre consumidores de carne de ovino

El consumo de carne de ovino aparece condicionado por las 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 significativamente en la decisión de compra de este tipo de carne. Así pues, sobre cada uno de estos factores se pueden plantear las divergencias existentes con respecto a la media nacional (gráfico 4):

- ◆ El tamaño de la población repercute claramente sobre el consumo de carne de ovino. Por un lado, el consumo de esta carne resulta más significativo en poblaciones pequeñas (menores de 2.000 habitantes y entre 2.000 y 10.000 habitantes) y, por otro lado, las poblaciones con más de 10.000 habitantes cuentan con desviaciones negativas en la demanda de este tipo de carne (especialmente en núcleos de población de 10.000 a 100.000 habitantes y de 100.000 a 500.000 habitantes).

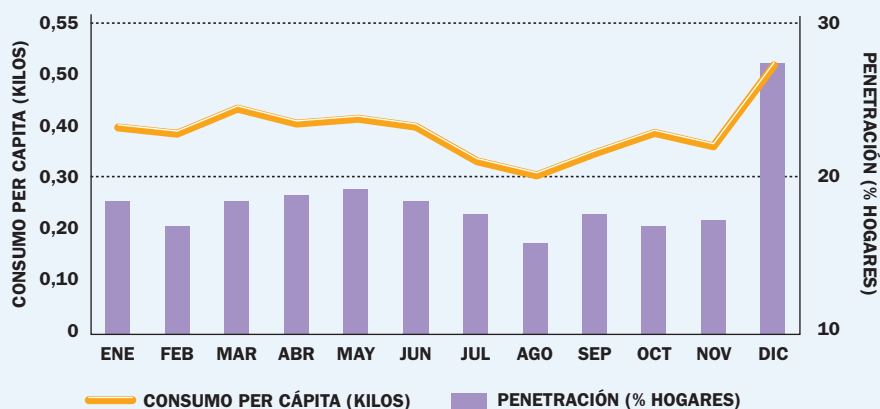
### GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN CARNE DE OVINO Y CAPRINO, 2000-2007



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (varios años).

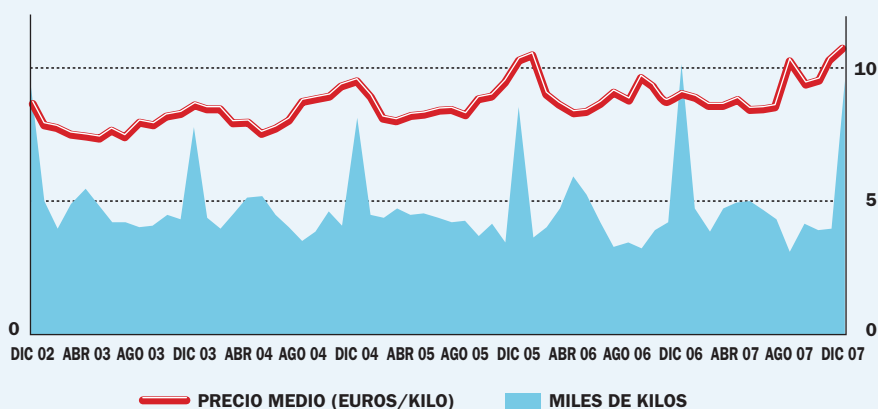
- ▶ El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita de carne de ovino. Esto es, el punto de inflexión entre las desviaciones positivas y la negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con una y dos personas consumen, en términos per cápita, más ovino que la media, mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres, cuatro o más personas.
- ◆ El estrato económico en el que se encuadra el hogar –y por tanto el nivel de ingresos– resulta determinante para el consumo de carne de ovino. Así pues, los hogares de categoría baja consumen una cantidad ligeramente inferior a la media, mientras que los hogares más acomodados consumen una cantidad superior de ovino a la media española.
- ◆ La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de carne de ovino y caprino –sobre todo si son menores de 6 años–. Por el contrario, los hogares sin niños tienen una desviación positiva en el consumo de este tipo de producto alimentario.
- ◆ La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro del consumo per cápita de carne de ovino, en desviaciones positivas para el caso de no trabajar y, por el contrario, en desviaciones significativamente negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral.
- ◆ La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de ovino ofrece una conclusión interesante. Esto es, cuanto mayor en edad es la persona que realiza las compras más elevado es el consumo per cápita de carne de ovino –en consecuencia, las desviaciones más negativas se centran en aquellos hogares donde las compras las efectúa una persona menor de 35 años y las desviaciones más positivas se observan en aquellas familias donde compra una persona de 65 o más años–.
- ◆ Por último, el análisis del consumo per cápita de carne de ovino según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso hay un consumo por encima de la media en los hogares donde hay jubilados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores; especialmente sig-

**GRÁFICO 2. ESTACIONALIDAD EN EL CONSUMO Y EN LA PENETRACIÓN DE LA CARNE DE OVINO Y CAPRINO, 2007**



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).

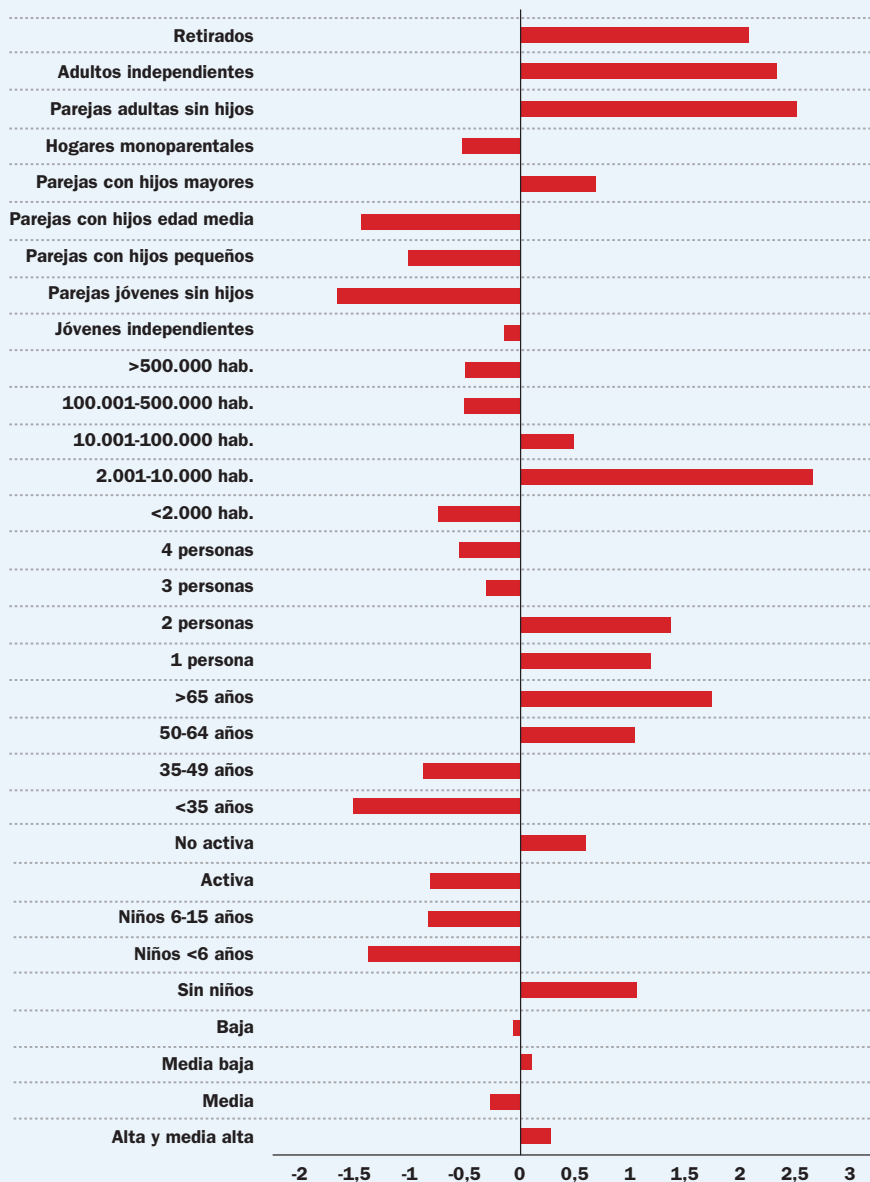
**GRÁFICO 3. EVOLUCIÓN POR MESES EN EL CONSUMO Y EN EL PRECIO DE LA CARNE DE OVINO, 2002-2007**



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).



**GRÁFICO 4. EVOLUCIÓN POR MESES EN EL CONSUMO Y EN EL PRECIO DE LA CARNE DE OVINO, 2002-2007**



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).



nificativos son los tres primeros tipos de hogares. Por contra, hay un consumo per cápita inferior a la media en hogares monoparentales, parejas con hijos pequeños, parejas jóvenes sin hijos y hogares de jóvenes independientes –en este último caso, la desviación negativa es notable.

### La comercialización de carne de ovino

La preocupación creciente por la calidad y garantía de los productos alimentarios ha irrumpido con fuerza en el segmento de la carne y productos cárnicos. Problemas en el pasado con distintos tipos de carnes han llevado a plantearse nuevos mecanismos de trazabilidad que garanticen a los consumidores el origen de las carnes que consumen. Cuando se pregunta a los consumidores sobre los diferentes aspectos que orientan su demanda en los productos de origen animal, aparecen argumentos como el aspecto de la pieza, el país de origen, las denominaciones de calidad, el sistema de cría o la trazabilidad. La comercialización de carne de ovino es sensible a todos estos factores.

Por otra parte, los productos frescos se han convertido durante los últimos años en un segmento utilizado para la estrategia de negocio de los establecimientos de librería debido a la demanda generalizada de los mismos y, sobre todo, a las notables oscilaciones en sus precios.

Atendiendo a todos estos aspectos, se puede apuntar que en 2007 la carne de ovino y caprino se distribuye fundamentalmente a través de los comerciantes especializados (también identificados usualmente como comercio tradicional), que alcanzan una cuota de mercado del 47,5%. No obstante, este segmento de distribución ha ido perdiendo peso durante los últimos años (sirva como ejemplo apuntar que hace diez años su cuota de mercado era superior al 54%).

Por su parte, los supermercados alcanzaron en 2007 una cuota de mercado del 25,1%, los hipermercados llegan al 11,8% y, de manera particular, los establecimientos de descuento comercializan un 2,3%. Con la revisión de los datos de hace diez años se observa la evolución positiva de estos formatos en la comercialización relativa de carne de ovino (en 1997, los supermercados alcanzaban un 24,2% y los hipermercados un 9,9%).

Por último, hay que apuntar la importancia que tiene el autoconsumo en la distribución de carne de ovino puesto que, tal y como ▶

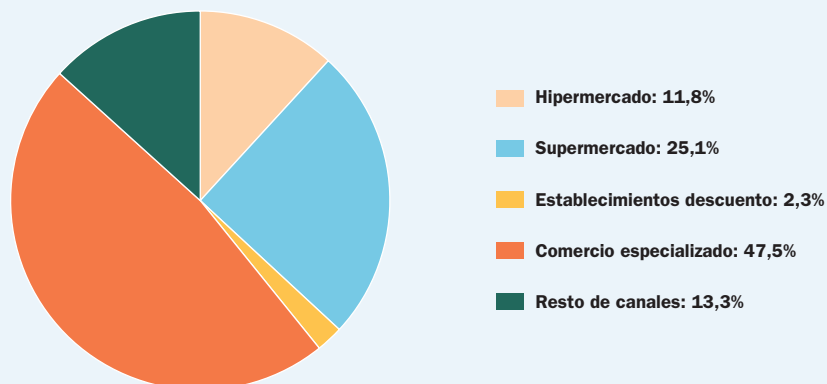
► representa el gráfico 5, el resto de canales tiene una participación del 13,3%. Conviene enlazar esta idea con la expuesta en los párrafos anteriores sobre la desviación positiva en el consumo de ovino en poblaciones con menos de 10.000 habitantes, donde el autoconsumo resulta muy importante.

### Diferencias regionales en el consumo de carne de ovino y caprino

Las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de carne de ovino y, por tanto, se advierten situaciones muy dispares en cada una de las comunidades autónomas. El cuadro 2 permite establecer comparaciones para el consumo y para el gasto en carne de ovino entre comunidades autónomas:

- ◆ Conforme a las desviaciones con respecto al consumo medio nacional, Aragón es la comunidad autónoma que más ovino consume (6,8 kilos per cápita), mientras que Canarias es la que menos consumo realiza (0,4 kilos por persona). Además, hay ocho comunidades autónomas

**GRÁFICO 5. CUOTA DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE CARNE DE OVINO Y CAPRINO, 2007 (Porcentaje)**



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).

con una desviación positiva –destacan Aragón, Castilla y León y Navarra–, ocho comunidades autónomas con una desviación negativa –por ejemplo, Canarias, Andalucía y Cantabria– y, por último, Madrid que tiene un consumo per cápita que coincide con la media nacional.

- ◆ En cuanto al gasto dedicado a carne de ovino, utilizando también desviaciones sobre el gasto medio nacional, se contabilizan nueve comunidades por encima de la media y, por tanto, ocho regiones

por debajo. Ahora bien, Aragón es la comunidad autónoma que tiene una desviación positiva más elevada (36,8 euros por encima de la media) y Canarias la que tiene una desviación negativa mayor (más de 21 euros). En cuanto a las desviaciones positivas con respecto a la media que están por encima de los 10 euros, hay que citar los casos de Navarra (22 euros), Castilla y León (18,8 euros), Castilla-La Mancha (15,9 euros) y La Rioja (14,5 euros). ■

**CUADRO 2. CONSUMO Y GASTO DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

	CONSUMO		GASTO	
	KILOS POR PERSONA	DESVIACIÓN MEDIA NACIONAL	EUROS POR PERSONA	DESVIACIÓN MEDIA NACIONAL
Cataluña	3,5	0,8	35,0	9,8
Aragón	6,8	4,1	62,0	36,8
Baleares	2,3	-0,4	21,5	-3,7
C. Valenciana	2,4	-0,3	24,1	-1,1
Murcia	3,3	0,6	30,4	5,2
Andalucía	0,9	-1,8	8,6	-16,6
Madrid	2,7	0,0	25,7	0,5
Castilla-La Mancha	4,6	1,9	41,1	15,9
Extremadura	3,1	0,4	25,3	0,1
Castilla y León	4,8	2,1	44,0	18,8
Galicia	2,5	-0,2	22,0	-3,2
Asturias	2,2	-0,5	19,3	-5,9
Cantabria	1,7	-1,0	15,3	-9,9
País Vasco	2,4	-0,3	23,4	-1,8
La Rioja	4,1	1,4	39,7	14,5
Navarra	4,8	2,1	47,2	22,0
Canarias	0,4	-2,3	3,9	-21,3
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>2,7</b>	<b>—</b>	<b>25,2</b>	<b>—</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2008).