

Consejo Mexicano de la Carne

MERCADO CONSUMIDOR DE PROTEÍNA CÁRNICA EN MÉXICO



Consejo Mexicano de la Carne (COMECARNE)

Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México

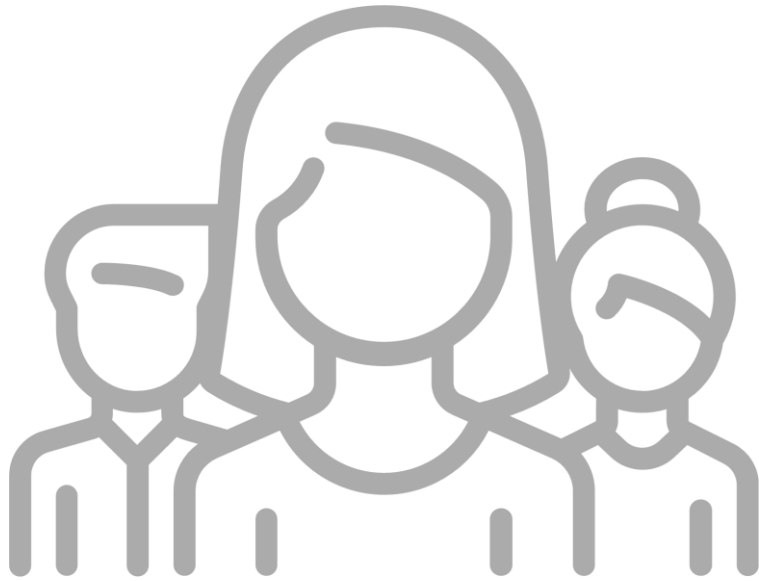
Septiembre de 2023

Concepción Beistegui, número 13, interior 501, piso 5, Colonia del Valle, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03100, México.

Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México

Índice

Comité Directivo	IV
Presentación	VI
1. Consumidores de proteína cárnica	1
2. Cesta de compra cárnica	15
3. Lugares de adquisición de los productos cárnicos	23
4. Precios de productos cárnicos en puntos de venta	37
Notas	48
Fuentes de información	54
Canales de comunicación del COMECARNE	55





Comité Directivo 2023

Ernesto Hermosillo Seyffert
PRESIDENTE

Salvador Lozano Torres
SECRETARIO

Luis Francisco Jaraleño Lara
TESORERO

VICEPRESIDENCIAS

Carla Adriana Suárez Flores
POSICIONAMIENTO DE LA PROTEÍNA CÁRNICA

Héctor Elizondo Ruíz
EXPOCARNES

Jorge Alberto Lozano Garza
ASUNTOS INTERNACIONALES Y LEGAL

Mariana Gurrola Licea
VINCULACIÓN CIENTÍFICA

Mauricio García Perera
ENLACE LEGISLATIVO

Mauricio Ruíz Barragán
ENLACE CON ASOCIADOS

Mildred Eurídice Villanueva Martínez
NORMALIZACIÓN Y SUSTENTABILIDAD

CONSEJEROS

Alejandro Valdés Pérez

Arturo Pardo Arroyo

Carlos Machado Piña

Fernando Cuevas Sainz de la Peña

Fernando Villareal Ayala

Javier Cházaro Zaharías

Juan Ley Zevada

Rafael Leobardo Gómez Acosta

Raúl Carrillo Castaños



Presentación

En su visión institucional el Consejo Mexicano de la Carne A. C. (COMECARNE) tiene la premisa de ser el órgano de consulta por los tomadores de decisiones participantes en los distintos eslabones de la cadena cárnica. En ese contexto, cotidianamente el Consejo integra, analiza y difunde diversos materiales informativos que coadyuven en la promoción de la industria de la proteína cárnica del país y den sustento a las decisiones. El ***Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México*** del COMECARNE forma parte de ese universo.

El documento presenta un conjunto de indicadores referentes al mercado cárnico desde la óptica de los consumidores y su organización capitular se segmentó en cuatro apartados temáticos. En el primero de ellos se matiza el universo de consumidores de proteína cárnica de México en el seno de su reproducción social cotidiana “el hogar” a partir del gasto monetario realizado en la compra de una cesta de productos cárnicos. Los datos del referido apartado tienen origen en la delimitación de un marco conceptual de análisis de las variables de gastos en alimentos y el procesamiento estadístico de millones de microregistros de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares con un corte temporal bianual para los años 2016, 2018, 2020 y 2022, con el objeto de identificar cambios en la estructura y tendencias del mercado consumidor de proteína cárnica.

El segundo capítulo muestra un comparativo cuantitativo de la cesta cárnica respecto de otras cestas de bienes alimentarios, el cual posibilita el conocimiento de la relevancia de la proteína cárnica en el gasto y consumo realizado por millones de persona en las distintas áreas geográficas de México. Asimismo, se muestran indicadores del nivel gasto y compra de los productos cárnicos específicos. De igual manera los resultados emanan de los datos de la referida encuesta.

La introspección al número y la localización geográfica de los establecimientos en los cuales los consumidores compran los alimentos cárnicos que regularmente demandan se ofrece en el tercer apartado, cuyos datos emanaron del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas; insumo estadístico de relevancia en los estudios de identificación y referencia cartográfica de los miles de establecimientos comercializadores que conforman la vasta red de puntos de abasto del país.

Finalmente, las transacciones entre los compradores y vendedores revelan otro aspecto que conviene analizar para el entendimiento de las conductas de ambos agentes del mercado, por ese motivo en el cuarto capítulo se desglosan indicadores del nivel y diferencial de los precios de comercialización de productos cárnicos específicos para el año 2022 y matizando por tipo de establecimiento comercial.

Los que integramos el COMECARNE esperamos que la información del ***Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México*** sea un referente en las actividades que realiza y forme conocimiento del sector cárnico mexicano.





CONSUMIDORES DE PROTEÍNA CÁRNICA



1. Consumidores de proteína cárnica

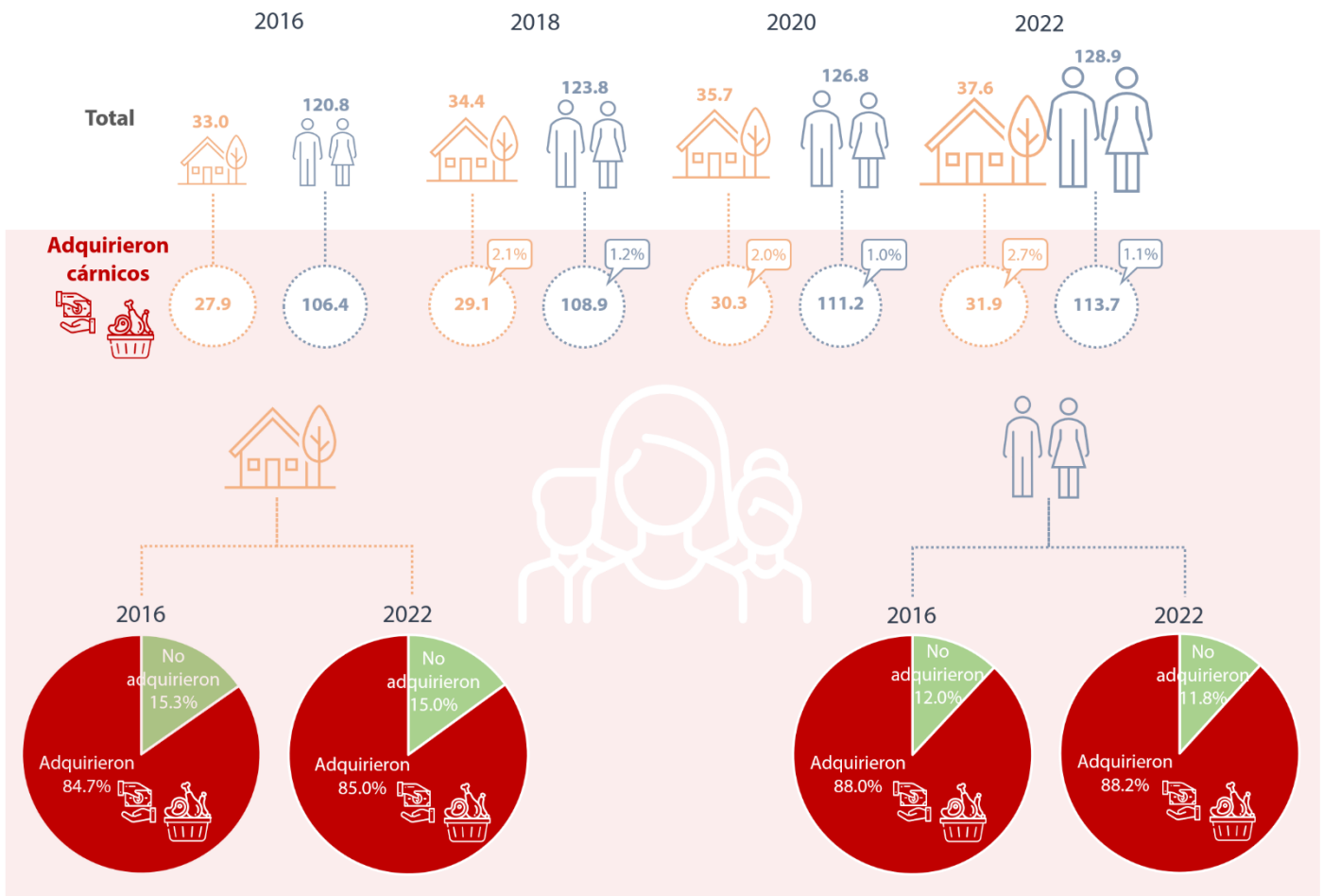
En 2022 México contaba con 37.6 millones de hogares que albergaron a 128.9 millones de personas. Ambos universos constituyen un segmento del mercado consumidor nacional, los cuales cotidianamente demandan un significativo, variado y creciente conjunto de alimentos.

De acuerdo con datos del gasto realizado en el lapso agosto-octubre del referido año, 31.9 millones de los hogares mexicanos erogaron parte de su ingreso para la adquisición de algún producto cárnico y representaron 85% del total.

En los hogares adquirientes de proteína cárnica residían 113.7 millones de personas. El segmento de personas en hogares que adquirieron productos cárnicos registró un crecimiento demográfico de 1.1% entre 2020 y 2022.

Entre 2016 y 2022 se observó un incremento tanto en términos absolutos como relativos de la población consumidora de productos cárnicos. En 2016 representaron 88.0% del total de habitantes nacionales y en 2022 alcanzó 88.2 por ciento.

Hogares y población en México (millones)



Tasa de cambio bianual

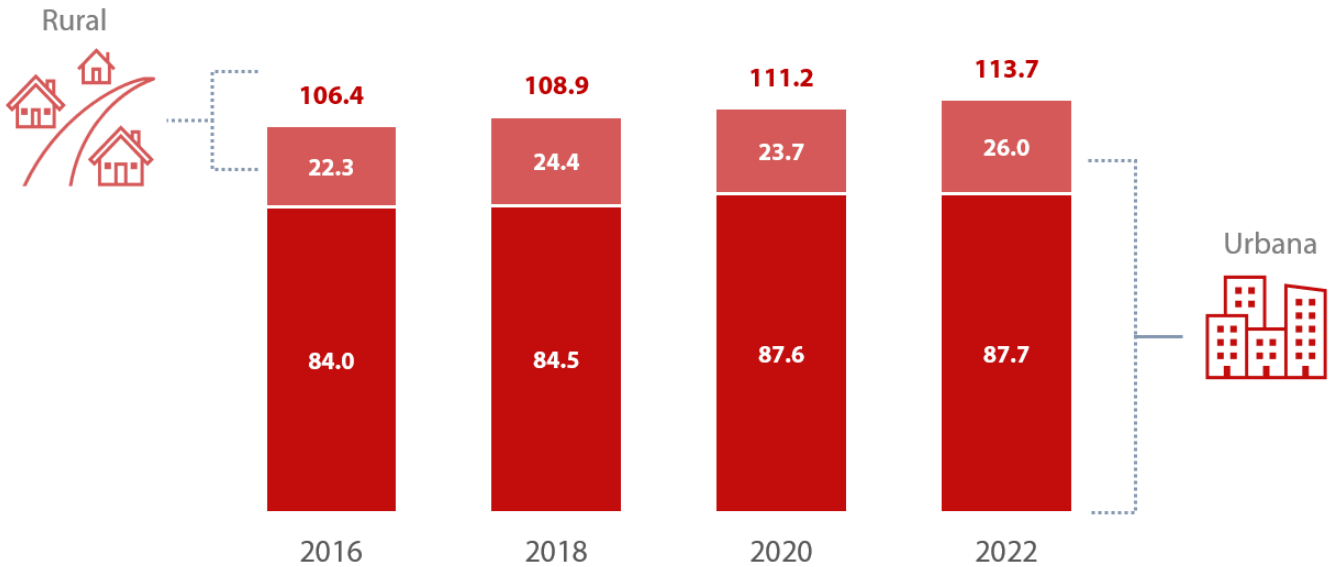
Nota: Los hogares y la población que adquirieron cárnicos corresponden a las que realizaron un gasto monetario para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Este universo excluye el segmento de unidades residenciales y sus residentes con autoconsumo de productos cárnicos y aquellas con declaración de no compra de cárnicos durante el periodo de referencia de la información de la encuesta.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Ocho de cada 10 personas que adquieren algún producto cárnico habitan en localidades urbanas. Entre 2016 y 2022 los consumidores en localidades rurales han incrementado su participación al pasar de 21.0% a 21.3% en el indicado periodo.

Este comportamiento tiene vínculo directo con el ascenso en los ingresos en los hogares rurales, el cual da pauta para la compra de proteínas de origen animal. Asimismo, perfila un escalamiento del nivel de demanda cárnica nacional, y con ello, la oportunidad de mercado para satisfacerla.

Población que adquirió cárnicos por localidad de residencia
(millones)



Nota: Los hogares y la población que adquirieron cárnicos corresponden a las que realizaron un gasto monetario para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Este universo excluye el segmento de unidades residenciales y sus residentes con autoconsumo de productos cárnicos y aquellas con declaración de no compra de cárnicos durante el periodo de referencia de la información de la encuesta.
Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Considerando la distribución geográfica de la población consumidora de cárnicos por área regional, se tiene que en la Centro se localizó el mayor segmento nacional. Durante 2022 en este espacio residían 40.6 millones de personas consumidoras, las cuales representan 35.7% del total del país.

En la región Centro se encuentra el área Metropolitana de la Ciudad de México, la cual alberga la mayor concentración poblacional del país, y al localizarse en su espacio las entidades con producciones anuales de carne en canal de menor magnitud, podría señalarse como un área deficitaria con alta demanda de proteína cárnica.

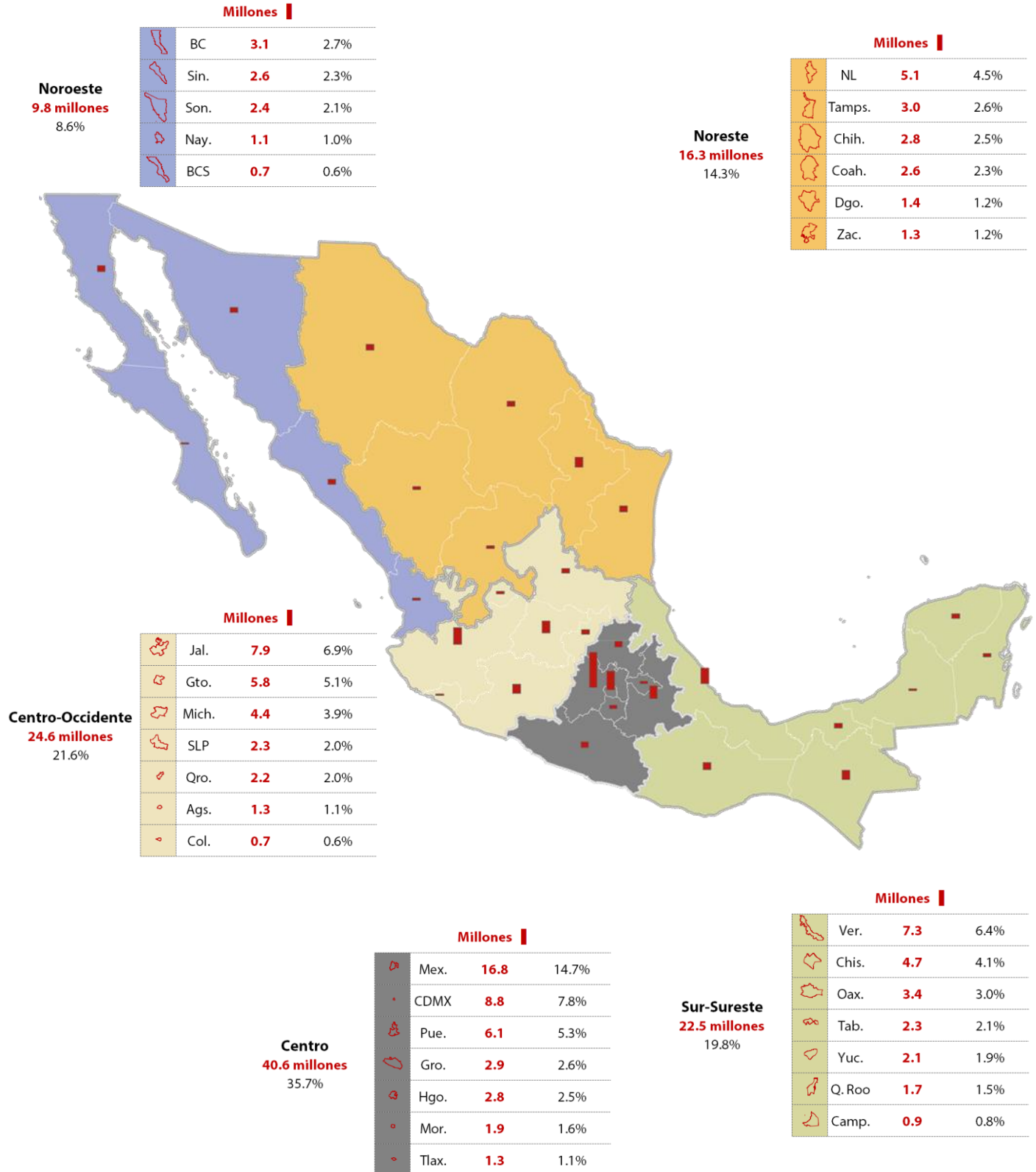
La región Centro-Occidente figura como el segundo espacio de mayor asentamiento de los consumidores cárnicos con un contingente de 24.6 millones de personas que representan 21.6% del total del país. En sentido opuesto a la región

Centro la Centro-Occidente lidera la producción nacional de carne en canal, determinado por el aporte de Jalisco.

Con un universo consumidor de 22.5 millones de personas la región Sur-Sureste se posicionó en tercer lugar, su contingente poblacional consumidor representó 19.8% del total nacional. En ella, Veracruz engloba el mayor número con 7.3 millones. En esta región se encuentra el corredor turístico de la Riviera Maya, el cual recibe el mayor número de turistas de México, y que precisa la demanda de un significativo volumen de productos cárnicos para su alimentación.

La región Noroeste concentra 16.3 millones de consumidores, en ella se encuentran tres entidades con alta producción cárnica (Durango, Coahuila y Chihuahua), ambas condiciones la caracterizan como una región de alta producción y consumo.

**Población que adquirió cárnicos por región y entidad de residencia
2022
(millones)**



Nota: La población que adquirió cárnicos corresponde a los de hogares que realizaron un gasto monetario para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Este universo excluye el segmento de unidades residenciales y sus residentes con autoconsumo de productos cárnicos y aquellas con declaración de no compra de cárnicos durante el periodo de referencia de la información de la encuesta. En cada región las entidades se presentan descendientemente por la población que adquirió cárnicos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En 2022 los hogares de México destinaron trimestralmente 11 mil 717 pesos en la compra de alimentos, de ese monto 3 mil 918 correspondieron a la compra de productos cárnicos.

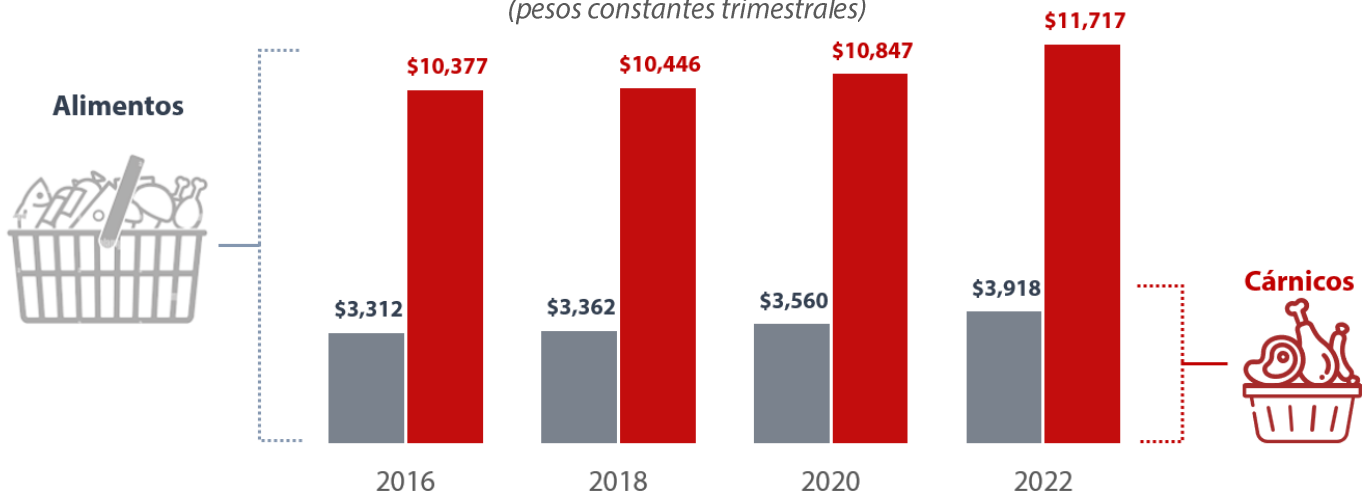
En términos reales el gasto tanto en alimentos como en los productos cárnicos observaron en el bienio 2020-2022 un ascenso de 870 y 359 pesos, respectivamente. El incremento del gasto en la cesta cárnica cifró 8 por ciento.

Los incrementos de ese lapso fueron notoriamente mayores a los que los

consumidores realizaron en los bienes 2016-2018 y 2018-2022. En el caso de los productos cárnicos el gasto aumentó 50 pesos entre 2016 y 2018 y 198 pesos entre 2018 y 2020.

La escalada de precios en el mercado nacional e internacional a partir del último trimestre de 2020 y que se prolongó hasta 2022, influyó en el encarecimiento de los productos alimentarios. En el caso de México los precios al consumidor final de productos cárnicos durante 2021 aumentaron 11.2% y en 2022 escalaron 12.6 por ciento.

Promedio del gasto en alimentos y cárnicos (pesos constantes trimestrales)



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.
Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Al matizar los gastos de productos cárnicos por tipo se observa que la carne de res es la que más recursos monetarios destinan los consumidores para su adquisición: 2 mil 322 pesos en promedio por trimestre en 2022.


En segundo sitio se encuentra la carne de pollo con una erogación de 2 mil 25 pesos. Le prosigue el gasto en proteína de cerdo con mil 763 pesos. En cuarta posición, con un gasto de 950 pesos, se encuentran las carnes frías.



El comparativo inter temporal 2022 versus 2020 del gasto realizado por grupo de cárnico muestra que el de res aumentó 452 pesos (24% en términos relativos). La segunda mayor alza la registraron los cortes de pollo con 446 pesos (28%), le continuaron los de cerdo con 407 pesos

(30%), y finalmente las carnes frías registraron un alza de 180 pesos (23%). En resumen, la carne de res presentó el mayor aumento monetario, la de cerdo el alza porcentual más importante y las carnes frías observaron el menor incremento en el gasto.

La escalada inflacionaria de los precios en los productos cárnicos en el bienio 2020-2022, en particular para los de res, cerdo y carnes frías, no limitó el volumen adquirido por los consumidores, en ese lapso la cantidad promedio en cada compra aumentó poco más del 1% en cada grupo cárnico. No obstante, la compra de carne de pollo si presentó una caída, el promedio pasó de 1.206 kilos en 2020 a 1.188 en 2022. Aun así, el pollo es el cárnico con la mayor cantidad de compra por los consumidores.

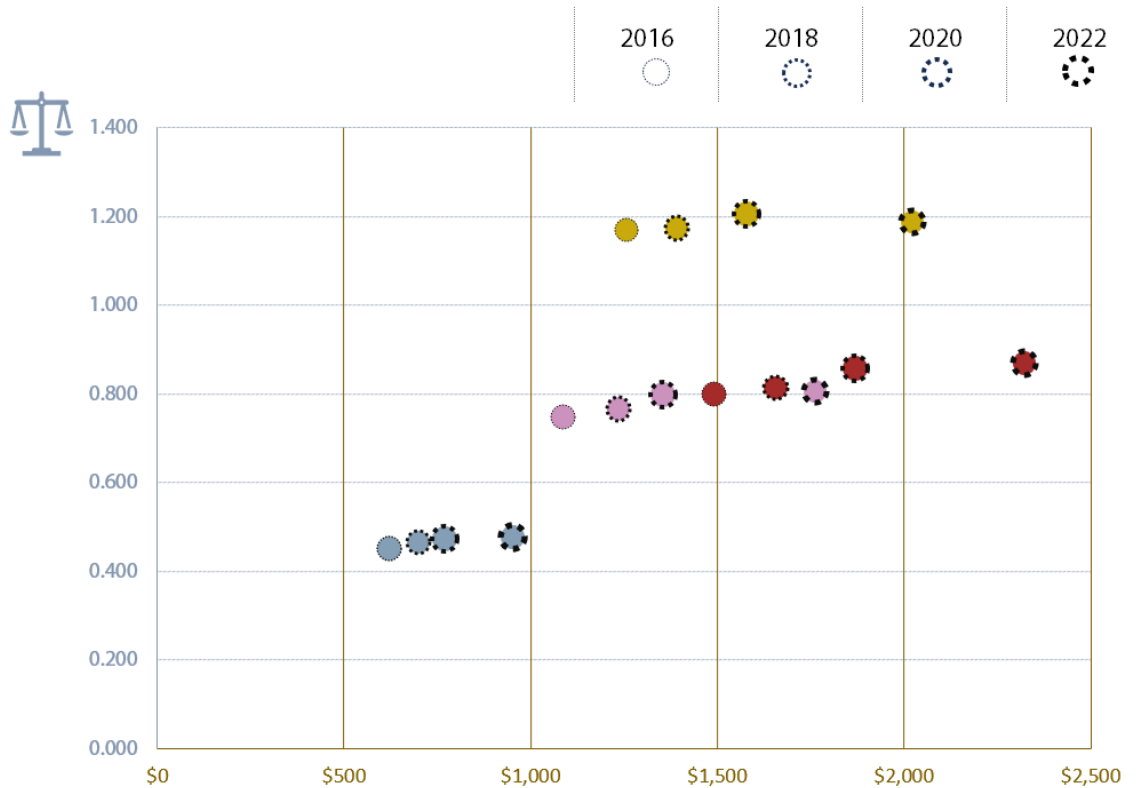
Indicadores de compra de productos cárnicos por grupo

		2016	2018	2020	2022
● Res	 Pesos promedio de gasto trimestral	\$1,490	\$1,655	\$1,871	\$2,322
	 Kilos promedio de compra semanal	0.796	0.813	0.855	0.867

● Cerdo	 Pesos promedio de gasto trimestral	\$1,089	\$1,238	\$1,356	\$1,763
	 Kilos promedio de compra semanal	0.746	0.764	0.798	0.806

● Pollo	Pesos promedio de gasto trimestral	\$1,257	\$1,392	\$1,579	\$2,025
	 Kilos promedio de compra semanal	1.170	1.171	1.206	1.188

● Carnes frías	 Pesos promedio de gasto trimestral	\$623	\$701	\$770	\$950
	 Kilos promedio de compra semanal	0.452	0.464	0.471	0.477



Nota: El gasto se expresa en pesos constantes. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Los consumidores de la región Noroeste en comparación con los de otras regiones del país, adquieren en cada compra una cantidad mayor de carne, lo anterior por el nivel de precios de adquisición que son los de menor monto en el país.

La región Noreste tiene el mayor promedio de carne de res por cada compra (922 gramos), la Noroeste encabeza la adquisición de carne de cerdo (891 gramos), de pollo (1.410 kilos) y carnes frías (523 gramos).

Indicadores de compra de productos cárnicos por grupo en regiones 2022

	Promedio de compra semanal (kilos)	Precio pagado promedio por compra semanal (pesos por kilo)	Res		Cerdo		Pollo		Frias		Cabra		Ovino	
			Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono	Icono
Nacional			0.867	\$124	0.806	\$97	1.188	\$105	0.477	\$41	1.400	\$240	0.965	\$412
Centro			0.882	\$126	0.792	\$92	1.159	\$94	0.501	\$45	0.823	\$246	0.953	\$174
		CDMX	0.936	\$148	0.859	\$110	1.179	\$102	0.517	\$53	0.500	\$900	0.500	\$430
		Gro.	0.780	\$111	0.723	\$88	1.152	\$106	0.428	\$46	1.160	\$137	ND	ND
		Hgo.	0.781	\$114	0.715	\$87	1.124	\$93	0.397	\$36	ND	ND	ND	ND
		Mex.	0.882	\$129	0.758	\$92	1.191	\$95	0.540	\$47	ND	ND	1.066	\$180
		Mor.	0.729	\$105	1.007	\$81	1.058	\$86	0.439	\$44	ND	ND	ND	ND
		Pue.	0.853	\$114	0.785	\$90	1.082	\$89	0.435	\$37	ND	ND	1.004	\$133
		Tlax.	0.882	\$117	0.771	\$93	1.153	\$90	0.483	\$45	ND	ND	1.147	\$160
Centro-Occidente			0.803	\$124	0.750	\$98	1.058	\$111	0.442	\$39	2.000	\$300	0.572	\$165
		Ags.	0.883	\$123	0.767	\$89	1.046	\$108	0.437	\$36	ND	ND	2.000	\$325
		Col.	0.905	\$135	0.865	\$104	1.087	\$122	0.395	\$35	ND	ND	ND	ND
		Gto.	0.683	\$103	0.650	\$89	0.974	\$103	0.452	\$40	ND	ND	ND	ND
		Jal.	0.848	\$132	0.845	\$105	1.073	\$121	0.464	\$43	ND	ND	ND	ND
		Mich.	0.778	\$116	0.693	\$98	1.074	\$107	0.399	\$38	ND	ND	ND	ND
		Qro.	0.888	\$138	0.700	\$102	1.117	\$111	0.447	\$40	2.000	\$300	0.505	\$133
		SLP	0.784	\$117	0.878	\$110	1.105	\$106	0.404	\$36	ND	ND	0.400	\$100
Noreste			0.922	\$120	0.891	\$96	1.410	\$105	0.523	\$42	7.911	\$362	1.000	\$106
		Chih.	0.986	\$132	1.023	\$113	1.517	\$107	0.511	\$46	50.000	\$700	ND	ND
		Coah.	0.942	\$119	0.877	\$86	1.360	\$103	0.529	\$42	0.300	\$27	ND	ND
		Dgo.	0.796	\$103	0.760	\$81	1.264	\$94	0.444	\$35	1.000	\$600	ND	ND
		NL	0.924	\$118	0.889	\$101	1.385	\$106	0.538	\$43	ND	ND	ND	ND
		Tamps.	0.893	\$120	0.897	\$104	1.567	\$105	0.550	\$46	ND	ND	1.000	\$120
		Zac.	0.899	\$121	0.818	\$99	1.098	\$116	0.491	\$36	1.000	\$120	1.000	\$100
Noroeste			0.894	\$124	0.896	\$106	1.245	\$110	0.471	\$41	ND	ND	1.484	\$223
		BC	0.976	\$130	0.977	\$115	1.353	\$107	0.550	\$51	ND	ND	1.456	\$210
		BCS	0.980	\$147	0.916	\$132	1.375	\$130	0.505	\$49	ND	ND	1.500	\$250
		Nay.	0.791	\$109	0.794	\$98	1.079	\$104	0.350	\$32	ND	ND	ND	ND
		Sin.	0.789	\$116	0.788	\$91	1.132	\$108	0.447	\$39	ND	ND	ND	ND
		Son.	0.896	\$114	0.950	\$97	1.260	\$99	0.452	\$35	ND	ND	ND	ND
Sur-Sureste			0.860	\$125	0.831	\$100	1.216	\$107	0.427	\$39	0.714	\$142	1.633	\$3,200
		Camp.	0.982	\$130	1.015	\$115	1.320	\$115	0.424	\$38	ND	ND	4.000	\$400
		Chis.	0.866	\$116	0.769	\$91	1.162	\$98	0.428	\$38	ND	ND	ND	ND
		Oax.	0.739	\$109	0.611	\$79	1.103	\$101	0.452	\$42	0.923	\$164	1.000	\$6,000
		Q. Roo	0.970	\$153	0.960	\$120	1.380	\$119	0.474	\$45	ND	ND	ND	ND
		Tab.	1.049	\$141	1.074	\$129	1.631	\$130	0.460	\$45	ND	ND	ND	ND
		Ver.	0.793	\$112	0.785	\$93	1.088	\$89	0.410	\$41	0.250	\$30	ND	ND
		Yuc.	0.962	\$120	0.862	\$85	1.288	\$95	0.378	\$31	ND	ND	ND	ND

Nota: El gasto se expresa en pesos constantes. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

ND: No disponible.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

La segmentación de los hogares que adquirieron productos cárnicos de acuerdo con el monto de su ingreso monetario refiere que durante el trimestre agosto-octubre de 2022 efectuaron un desembolso promedio entre 2 mil 177 pesos (hogares del primer decil que engloban a los de menores ingresos) y 6 mil 35 pesos (hogares del decil X, unidades domésticas con los mayores ingresos).

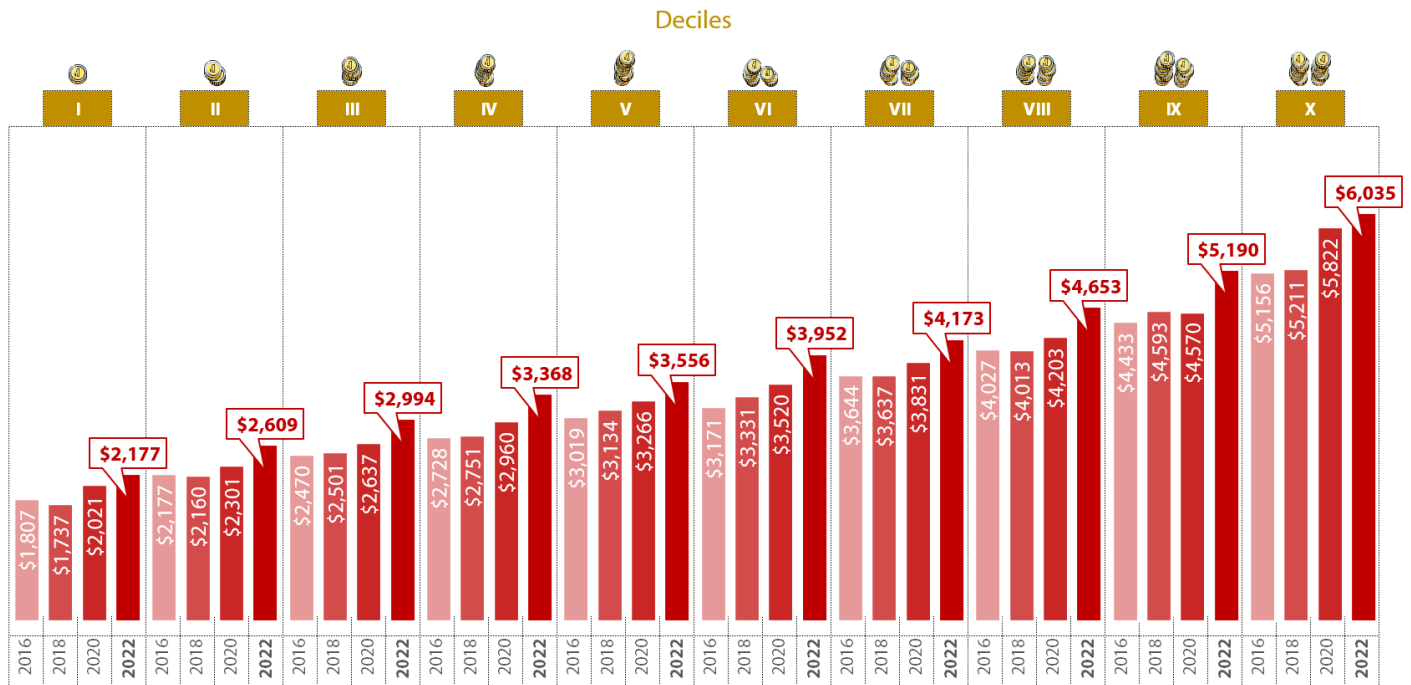
El comparativo de largo plazo en la evolución del gasto en cárnicos muestra entre 2016 y 2022 incrementos porcentuales promedio del 21.2%

del decil I al VI, mientras que en los deciles del VII al X el incremento cifró 16 por ciento.

Considerando el nivel de gasto y su cambio entre 2020 y 2022, el de menor significado lo presentó el decil I al incrementar sus erogaciones en 156 pesos. El decil IX registró el aumento de mayor magnitud con un diferencial de 619 pesos.

Del decil I al V el gasto promedio por hogar fue inferior al gasto promedio nacional durante 2022.

Evolución del gasto en la compra de cárnicos por deciles de hogar* (pesos constantes trimestrales)



Nota: El gasto se expresa en pesos constantes de 2022 y corresponde a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

De los 31.9 millones de hogares consumidores de proteína cárnica de México en 2022 el menor número corresponde a los hogares del decil de menores ingresos (decil I), los cuales cuantificaron 2 millones 636 mil que aglutinaron 6.8 millones de personas. En esas unidades domésticas en promedio estaban conformados por 2.6 integrantes, de los cuales 1.6 recibían un ingreso que promedio 13 mil 741 pesos trimestrales, y la persona que encabezaba el hogar tenían una edad promedio de 53 años.

El decil VII contaba con el mayor número de hogares consumidores (3 millones 353 mil) con un total de 13 millones de personas y con un tamaño de 3.9 integrantes de los cuales 2.5 percibían un ingreso.

El decil con el mayor número de consumidores corresponde al IX con 13.7 millones, en este segmento el hogar está conformado por 4.2 personas y tiene 2.9 integrantes perceptores.

En el caso del decil con los mayores ingresos, los hogares cuantificaron 3 millones 232 mil con 12.9 millones de personas. En este grupo el ingreso promedio trimestral ronda los 197 mil pesos, su jefe tiene el promedio de edad más avanzado (53.8 años) y casi todos sus integrantes son perceptores de ingresos.

En el país el promedio de integrantes en hogares consumidores de cárnicos cifró 3.6, de ellos 2.3 percibían ingresos, el jefe alcanzó una edad de 51.1 años y los ingresos cifraron 64 mil 641 pesos.

Indicadores de los hogares consumidores de cárnicos por deciles* 2022



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.
 * Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.
 Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En México del gasto trimestral que efectuaron los hogares consumidores de carne, el que corresponde a la adquisición de productos cárnicos representó la tercera parte del total. El volumen adquirido por compra semanal promedió 2.8 kilos.

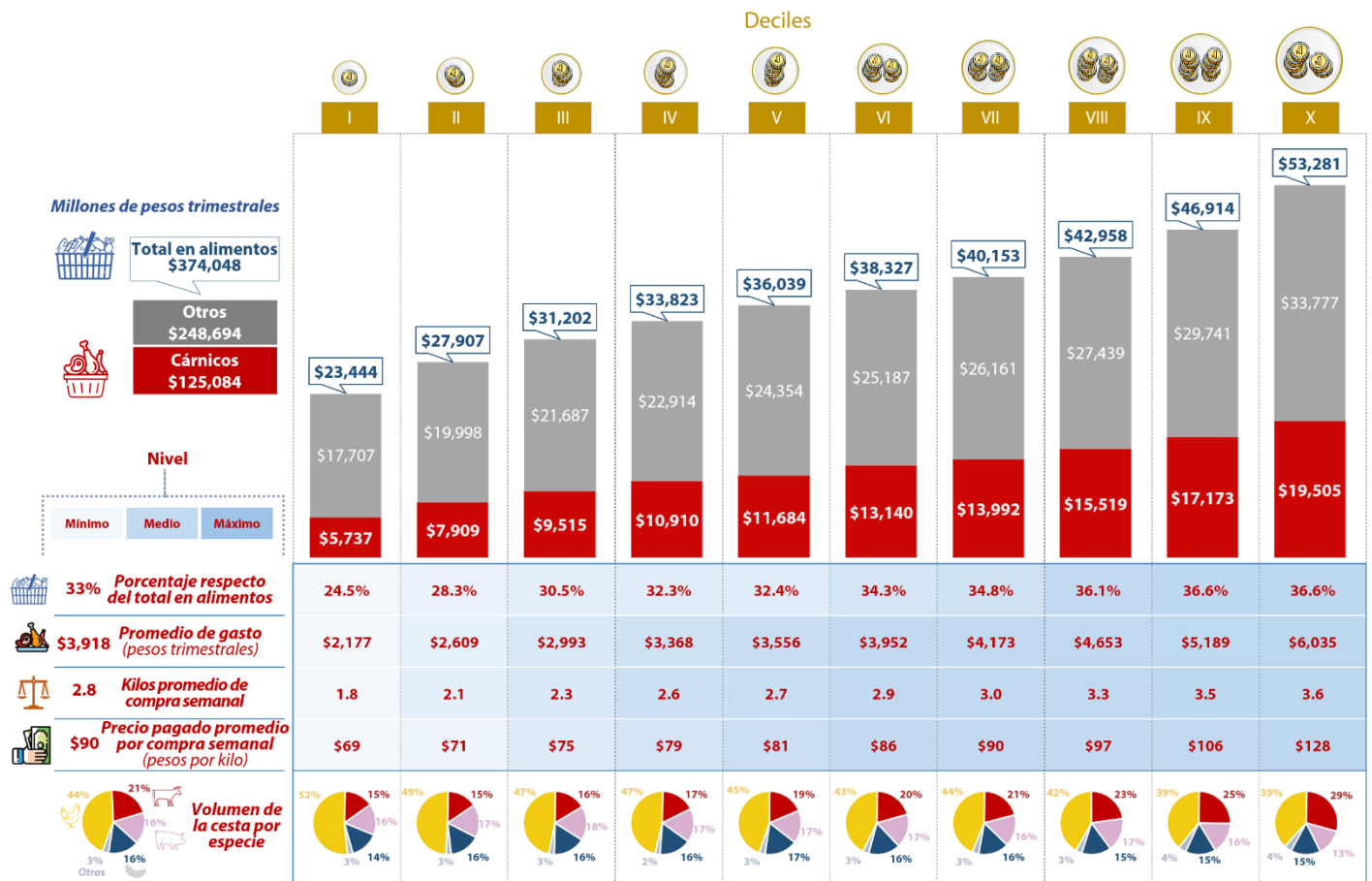
La desagregación de los gastos por decil refiere que los deciles con los hogares de mayores ingresos presentaron la proporción más significativa de las erogaciones monetarias en carne respecto a las erogaciones en alimentos, a partir del decil VI las proporciones son superiores a 34.3%. En los deciles de mayores recursos

monetarios la cantidad promedio por compra fue de las más altas: por arriba de 3 kilos. En el decil I la cantidad registró 1.8 kilos.

El nivel del gasto total trimestral en proteína cárnica de los hogares del decil con los mayores ingresos cifró 19 mil 505 millones de pesos, este resultó 3.4 veces mayor al que efectuaron los del decil con menores ingresos.

El precio promedio pagado por un kilo de carne en cada compra por los consumidores promedió 90 pesos. Del decil I al VI este indicador presentó un nivel inferior al promedio.

Gasto en la compra de alimentos y cárnicos por deciles de hogar* 2022



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En el decil con el menor ingreso, el volumen de carne de pollo representó 52% de la adquisición de proteína cárnica, la de cerdo 16%, le prosiguieron la de res con 15% y las carnes frías con 14 por ciento.

Aun cuando la carne de pollo observó también la mayor participación en la cantidad adquirida del decil X, la de res registró un aporte de 29%, el cual fue el más alto comparado con el que presentaron otros deciles.

A nivel nacional, en el gasto total de productos cárnicos el correspondiente al de res representó 28% y la cantidad adquirida por compra promedió 867 gramos.

Por decil, existen diferencias significativas entre los que agrupan a los de menor y mayor ingreso. En los deciles I, II y III el gasto en la compra de carne de res representaron menos del 23% y con adquisiciones de 700 gramos. En los deciles VIII, IX y X las proporciones son mayores a 29% y las cantidades adquiridas superan los 900 gramos.

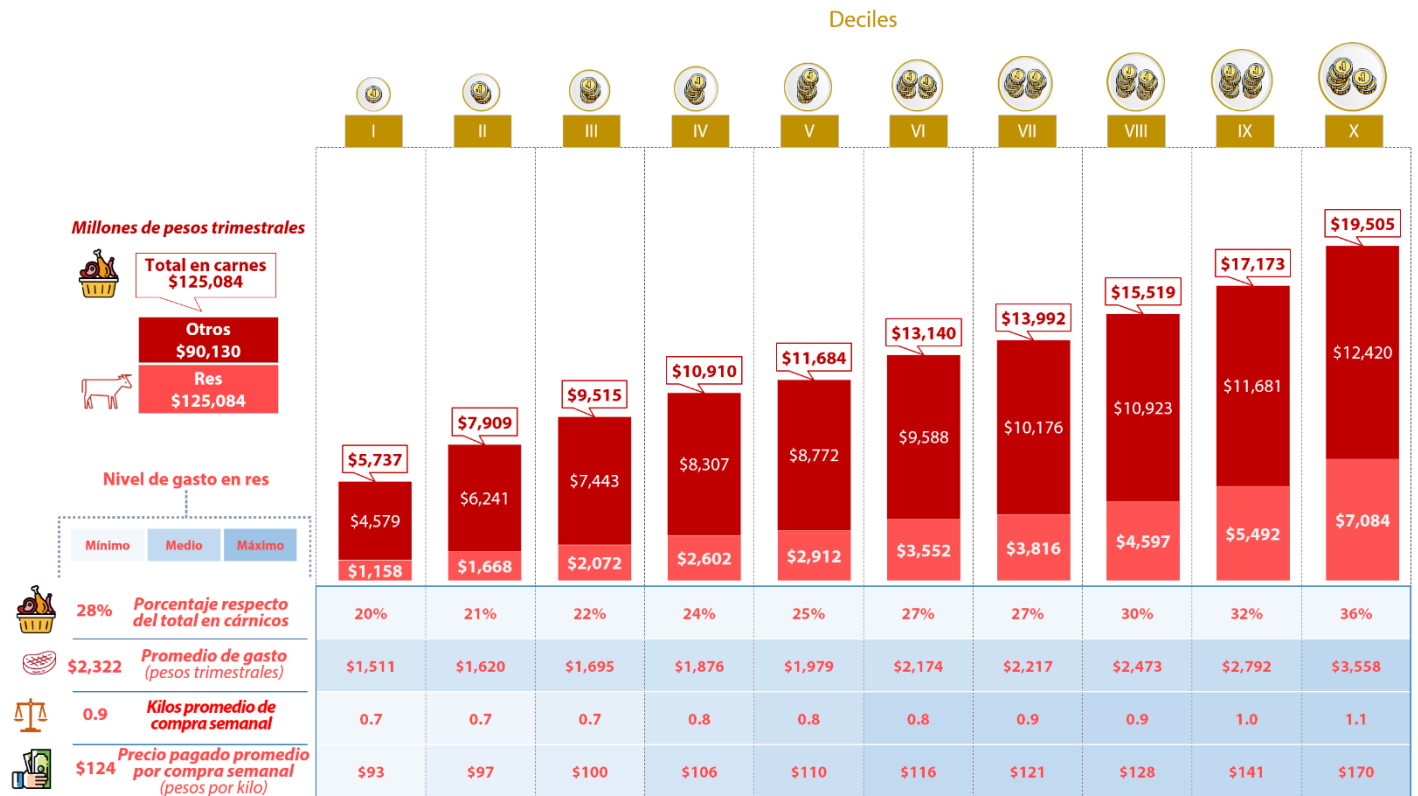
El gasto efectuado en la compra de proteína de res de los hogares del decil con más ingresos es 6.1 veces mayor al que efectúan los hogares de los menores ingresos.

El promedio nacional del precio pagado en cada compra de carne de res cifró 124 pesos, aunque en las correspondientes a los hogares del decil I el precio promedió 93 pesos mientras que en los del decil X la erogación alcanzó 170 pesos. El diferencial se relaciona principalmente con la cantidad adquirida.

En los hogares del decil I y X el bistec y la carne molida figuraron como los dos cárnicos de res de mayor volumen de compra respecto con el de otros cortes.

Los hogares del decil X adquieren en promedio por compra 1.2 kilos de bistec mientras que los del primer decil 744 gramos. En el caso de carne molida, las compras del decil X promedió un kilo mientras que los del primer decil 649 gramos.

Gasto en la compra de carne de res por deciles de hogar* 2022



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

El gasto para la obtención de carne de cerdo representó 18% del total que los hogares destinaron para su abasto de proteína cárnica.

Aun cuando los hogares del noveno decil acumularon el gasto más significativo (3 mil 72 millones de pesos trimestral), los del décimo decil observaron la menor proporción del gasto que realizaron para la compra de cárnicos (14%) pero presentaron la cantidad promedio de compra más alta (un kilo).

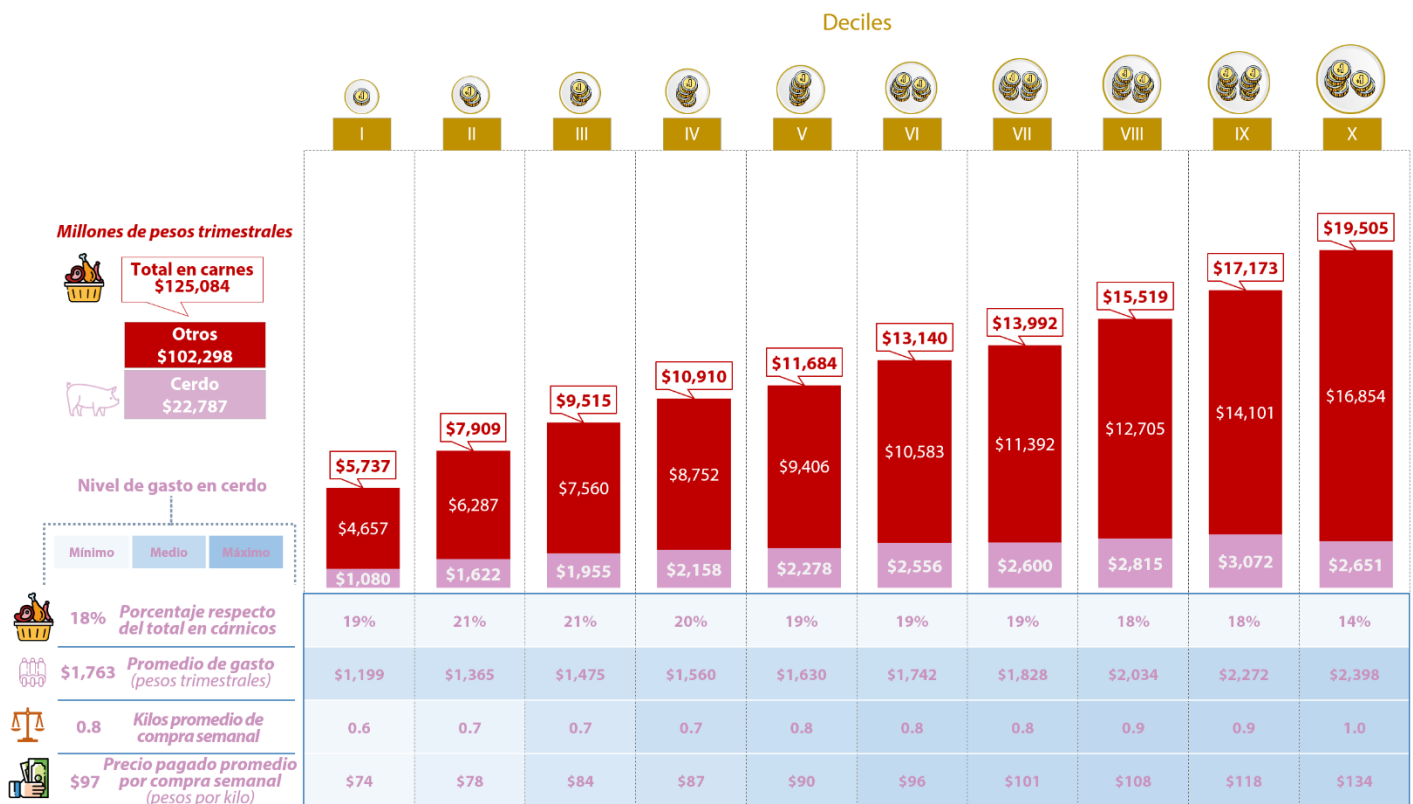
Las proporciones de mayor peso en el gasto en carne de cerdo respecto al gasto total cárnico las registraron los hogares del segundo y tercer decil con 21% cada grupo.

El promedio nacional del precio pagado en cada compra de carne de cerdo cifró 97 pesos, aunque en las compras correspondientes a los hogares del decil I el precio promedió 74 pesos mientras que en los del decil X la erogación alcanzó 134 pesos.

Con excepción de los hogares del decil X, en el resto de ellos el bistec de cerdo figura como el cárnico de mayor compra, en tanto que en el decil de los hogares con mayor ingreso es la costilla y chuleta.

En el decil con el menor ingreso es el chicharrón el producto que destaca como el segundo de mayor adquisición.

Gasto en la compra de carne de cerdo por deciles de hogar* 2022



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

El nivel de compra de carne de pollo que efectúan los consumidores de México determina que sea el de mayor proporción en el gasto total de carnes.

En 2022 el volumen promedio adquirido en cada compra cifró 1.2 kilos y el desembolso monetario promedio alcanzó 105 pesos y el gasto total representó 35% del total destinado para la compra de productos cárnicos.

En los dos deciles de menor ingreso la participación del gasto de compra de pollo en el total de carne supera 41%, en contraste los dos deciles de los hogares con mayores recursos monetarios la participación es inferior a 31 por ciento.

Los hogares del décimo decil efectuaron un gasto que es 2.3 veces mayor al que realizaron los

de decil con el menor gasto (primer decil) y la cantidad adquirida en cada compra resultó superior en 400 gramos.

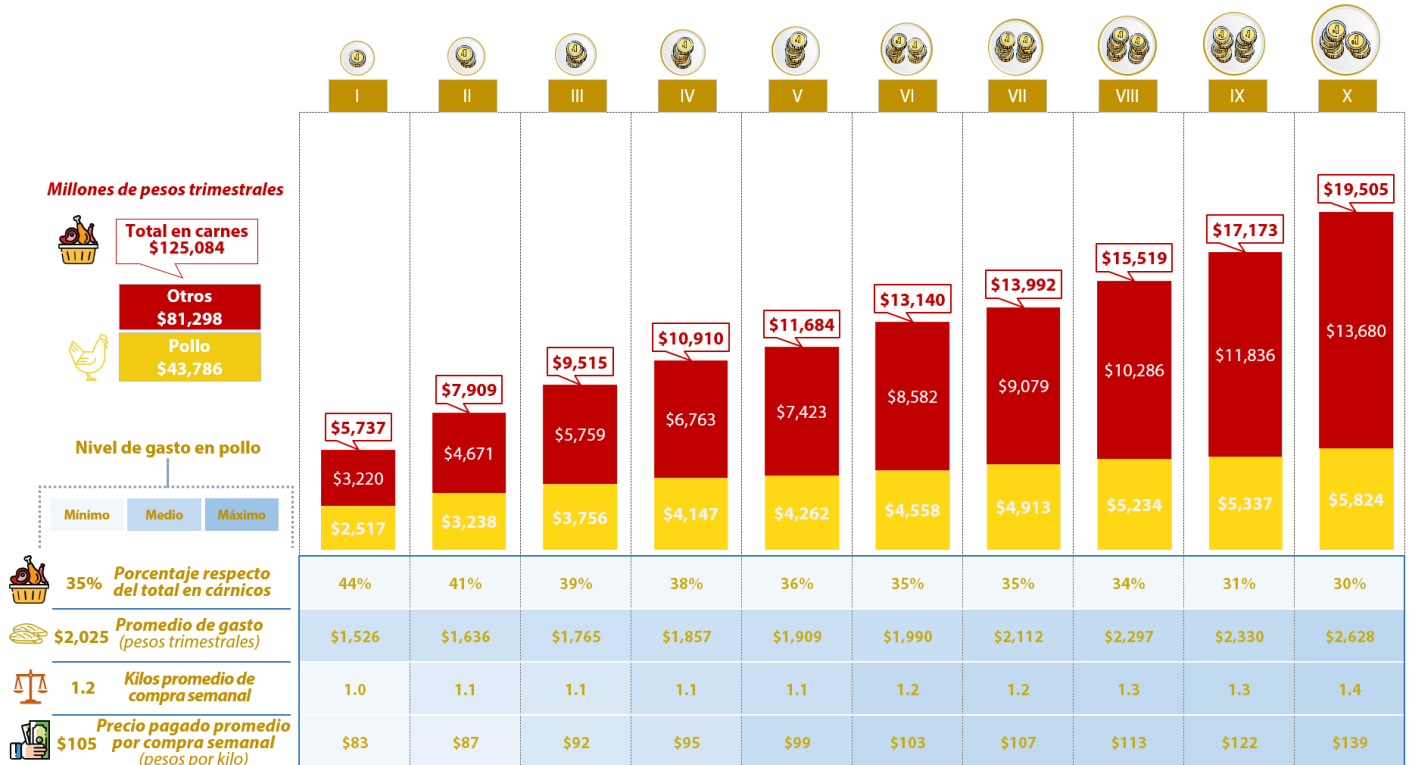
En la adquisición de pollo, en los hogares de los deciles de menor ingreso el volumen de compra más significativo corresponde al pollo entero; particularmente los del primer y segundo decil, mientras que en el resto de los grupos la pierna, el muslo y la pechuga son los cortes de preferencia.

Del volumen total adquirido de pierna, muslo y pechuga 70% correspondió a piezas con hueso, aunque se ha registrado un incremento progresivo de la preferencia por piezas sin hueso al pasar su participación de 26% en 2016 a 30% en 2022.

Gasto en la compra de carne de pollo por deciles de hogar* 2022

(pesos trimestrales)

Deciles de ingreso



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Las erogaciones realizadas en la compra de carnes frías representaron 14% del monto que los hogares designaron para el suministro de productos cárnicos. En cada compra los consumidores adquirieron 500 gramos desembolsado en promedio 41 pesos.

En todos los deciles la proporción del gasto en carnes frías respecto al total son similares a la del promedio nacional. No obstante, la magnitud monetaria de las erogaciones presentó las siguientes divergencias; el gasto de las unidades domésticas del segundo decil resultó 1.9 veces menor al efectuado por las del décimo decil que observaron el mayor gasto con mil 379 pesos.

La cantidad de compra de carnes frías del decil de mayor ingreso ronda los 600 gramos, mientras que del decil I al IV cuantificaron 400 gramos cada uno.

Considerando el producto adquirido, en los hogares del primer al noveno decil es el chorizo y la longaniza el que observó la mayor cantidad adquirida mientras que en el décimo decil el jamón de cerdo encabeza la composición de la cesta de carne frías.

Del decil I al VII el segundo producto de mayor cantidad es la salchicha. En todos los deciles el tocino es de los productos con las menores cantidades de compra.

Gasto en la compra de carnes frías por deciles de hogar* 2022 (pesos trimestrales)



Nota: Los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

* Los deciles se conformaron a partir del ordenamiento ascendente del ingreso corriente en el hogar durante el trimestre agosto-octubre.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.



CESTA DE COMPRA CÁRNICA



2. Cesta de compra cárnica

La composición del monto gasto en alimentos de los hogares consumidores de carne de acuerdo con los grupos de productos muestra que la adquisición del correspondiente a proteína cárnica es a la que se destina la mayor parte de las erogaciones.

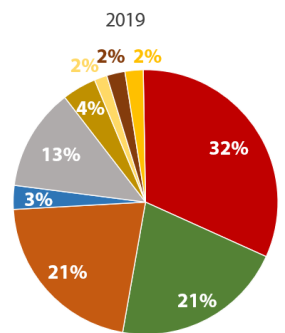
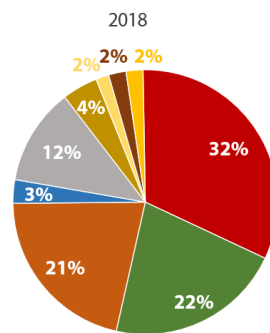
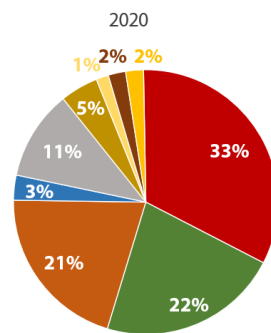
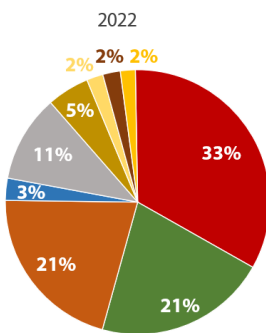
El gasto en la compra de la cesta de productos cárnicos en 2022 representó 33% del total del gasto que los hogares destinaron en la compra de alimentos. La participación ha incrementado su peso, en 2016 representó 32%.

Las dificultades económicas por las que transitaban millones de hogares del país derivadas de las restricciones a la movilidad social por la incidencia sanitaria del virus SARS-CoV-2 y la incidencia inflacionaria entre 2021 y 2022, impactaron desfavorablemente la compra en los alimentos de todas las cestas al pagar más por ellas y adquirir menos cantidad.

No obstante, el comparativo del promedio de la cantidad adquirida de carne refiere un incremento del 3.7% entre 2016 y 2022.

Indicadores del gasto por cesta de alimentos

	Carnes	Frutas y verduras	Cereales	Pescados y mariscos	Lácteos	Huevos	Aceites y grasas	Aromáticos y aderezos	Endulzantes y dulces
2022	Promedio de gasto trimestral (pesos) \$3,918	\$2,394	\$2,197	\$1,509	\$1,415	\$817	\$752	\$597	\$545
	Cantidad promedio de compra semanal	6.595 kilos	5.851 kilos	0.987 kilos	0.901 kilos	1.414 kilos	0.692 kilos	0.488 kilos	1.313 kilos
		1.345 litros			3.209 litros		1.186 litros	1.175 litros	0.657 litros
2020	Promedio de gasto trimestral (pesos) \$3,560	\$2,305	\$1,989	\$1,474	\$1,358	\$688	\$542	\$547	\$585
	Cantidad promedio de compra semanal	7.060 kilos	6.153 kilos	1.035 kilos	0.887 kilos	1.438 kilos	0.719 kilos	0.481 kilos	1.312 kilos
		1.300 litros			3.510 litros		1.271 litros	1.069 litros	0.707 litros
2018	Promedio de gasto trimestral (pesos) \$3,362	\$2,159	\$1,987	\$1,323	\$1,359	\$613	\$517	\$502	\$513
	Cantidad promedio de compra semanal	6.802 kilos	6.358 kilos	0.962 kilos	0.935 kilos	1.409 kilos	0.730 kilos	0.486 kilos	1.304 kilos
		0.987 litros			3.609 litros		1.232 litros	1.204 litros	0.687 litros
2016	Promedio de gasto trimestral (pesos) \$3,312	\$2,084	\$1,979	\$1,233	\$1,414	\$594	\$508	\$503	\$534
	Cantidad promedio de compra semanal	7.104 kilos	6.440 kilos	0.926 kilos	0.958 kilos	1.380 kilos	0.699 kilos	0.487 kilos	1.339 kilos
		0.871 litros			3.761 litros		1.239 litros	0.885 litros	0.663 litros



Nota: Las cestas alimentarias se presentan en orden descendente por el monto del gasto en 2022 y el promedio del gasto se expresa en pesos constantes de 2022. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En la adquisición de la cesta cárnica los hogares localizados en las entidades de la región Centro efectuaron el mayor desembolso monetario: 4 mil 302 pesos en promedio trimestral. Incluso en la referida región las unidades domésticas de la Ciudad de México presentaron el segundo mayor gasto respecto de los hogares del resto de entidades.

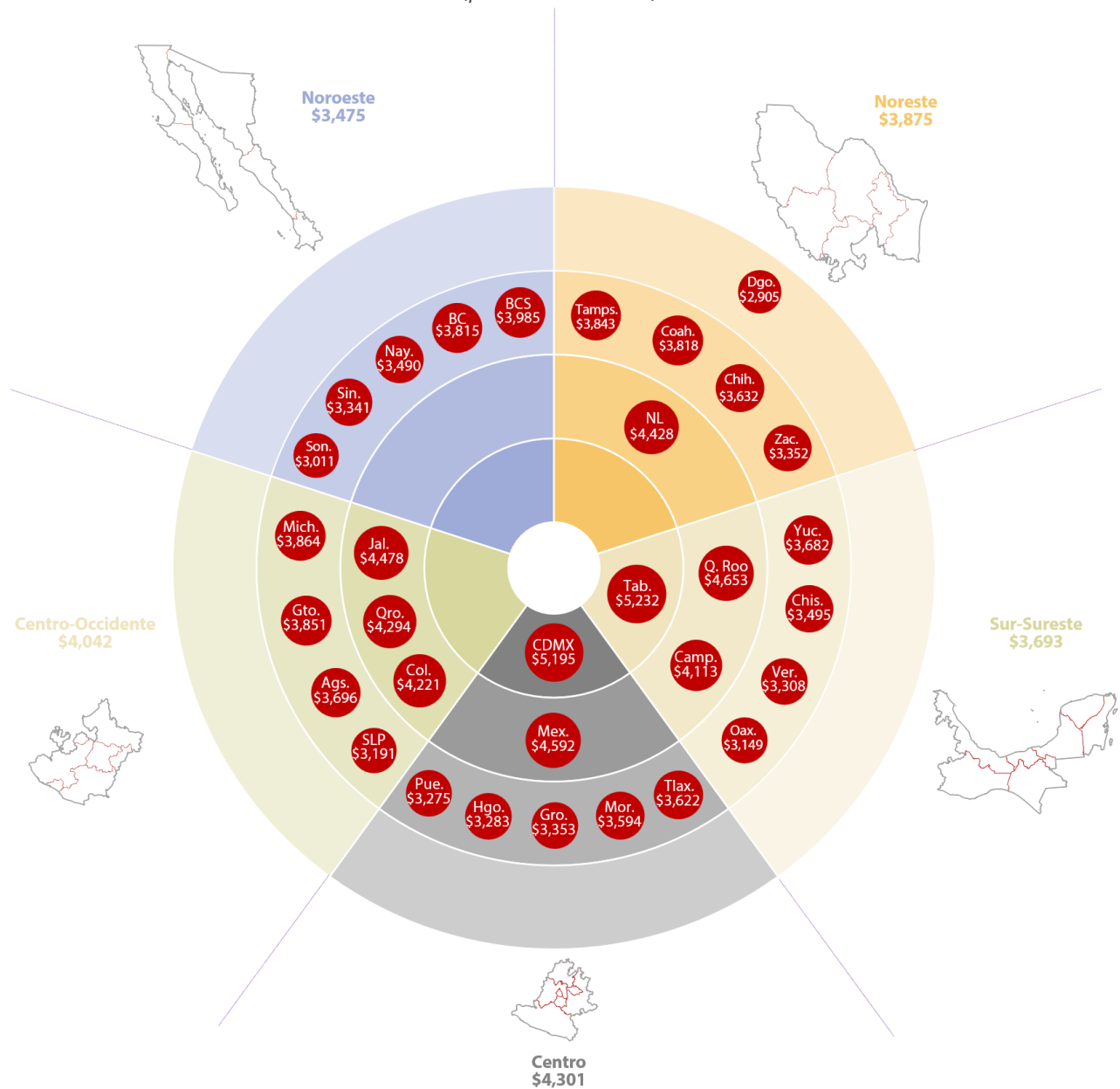
El menor gasto lo presentó la región Noroeste con 3 mil 475 pesos en promedio, en ella los hogares de Sonora erogaron 3 mil 11 pesos por

la compra y los de Baja California Sur 3 mil 985 pesos.

La cantidad adquirida por los consumidores de la región Centro representó 39% del total nacional, le prosiguieron la región Sur-Sureste con 20%, la Centro-Occidente con 19%, la Noroeste con 14% y la Noroeste con 8%.

En la canasta cárnica de las regiones, la carne de pollo ocupó la primera posición en cantidad adquirida.

Gasto promedio en la compra de la cesta cárnica por región 2022
(pesos trimestrales)



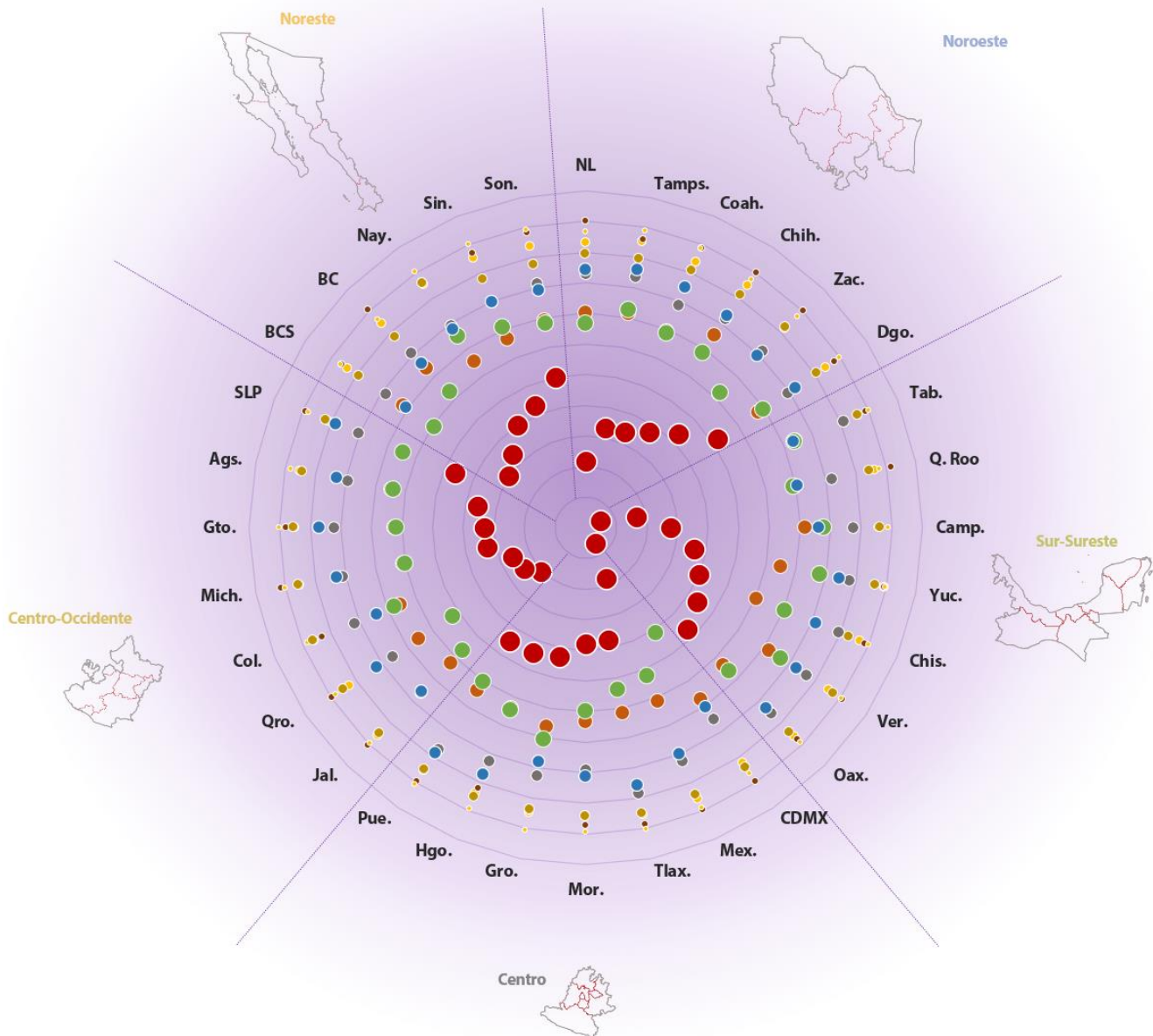
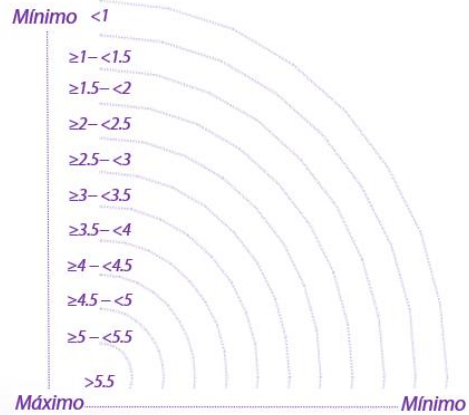
Nota: El gasto refiere a un promedio y corresponde a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Gasto en la compra de cestas de alimentos por región 2022

Allmentos

- Carnes
- Frutas y verduras
- Cereales
- Pescados y mariscos
- Lácteos
- Huevos
- Aceites y grasas
- Aromáticos y aderezos
- Endulzantes y dulces

Nivel de gasto
(miles de pesos trimestrales)



Nota: El gasto refiere a un promedio y corresponde a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

El filete es el corte con la mayor cantidad adquirida en las compras de cárnicos de res, cifró un kilo 526 gramos por compra. Asimismo, el referido corte presentó la mayor erogación monetaria trimestral (3 mil 136 pesos).

La carne molida se encuentra en la escala de menor cantidad adquirida con 816 gramos y un desembolso de mil 709 pesos trimestrales.

Los consumidores de la región Noroeste registraron las mayores participaciones en la cantidad adquirida de molida (32%), milanesa (50%), chuleta (34%), filete (54%) y chamorro (43%). En la Centro los principales cárnicos de compra son: el bistec (33%), la arrachera (42%), la hamburguesa (30%) y el grupo en el cual se encuentran las agujas, el diezmillito y la tampiqueña (40%).

Indicadores de la compra de carne de res por producto 2022

	 Cantidad promedio por compra semanal	 Promedio de gasto trimestral
 Filete	1.526 kg	\$3,136
 Arrachera	1.245 kg	\$2,769
 Agujas, aldilla, chambarete, diezmillito, espinazo, fajilla, retazo, tampiqueña	1.201 kg	\$1,766
 Chamorro	1.189 kg	\$1,667
 Visceras	1.150 kg	\$921
 Hamburguesa	1.081 kg	\$1,502
 Trozo cocido	1.072 kg	\$1,641
 Chuleta	1.067 kg	\$1,755
 Pulpa en trozo	0.975 kg	\$1,880
 Bistec	0.963 kg	\$2,001
 Milanesa	0.928 kg	\$1,994
 Molida	0.816 kg	\$1,709
 Otros trozos	1.122 kg	\$1,611

Nota: Los productos se presentan en orden descendente por el promedio de la cantidad adquirida por compra. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Entre los productos cárnicos de cerdo destacan por el volumen adquirido la pierna, el codillo y las vísceras que cuantificaron cantidades de al menos un kilo 124 gramos por cada producto.

Las “carnitas” y el “chicharrón” presentan los gastos más significativos, cifraron una erogación de 2 mil 481 y mil 817 pesos por trimestre. Estos productos se diferencian del resto de cortes porque son resultado de la cocción de trozos frescos y de piel.















De los cortes, los de mayor erogación en su compra son: el bistec (mil 464 pesos trimestrales),

la molida (mil 444 pesos) y la costilla y chuleta (mil 445 pesos).

Los consumidores de la región Centro registraron las mayores participaciones en la cantidad adquirida de “chicharrón” (52%), bistec (49%), costilla y chuleta (48%), molida (45%), espaldilla (44%), codillo (49%) y “carnitas” (39%).

Los adquirientes de la región Centro-Occidente encabezaron la compra de vísceras (46%), los de la Sur-Sureste la de pulpa (39%) y los de la Noroeste la de pierna (31%).

Indicadores de la compra de carne de cerdo por producto 2022

	 Cantidad promedio por compra semanal	 Promedio de gasto trimestral
 Pierna	1.149 kg	\$1,296
 Codillo	1.127 kg	\$1,108
 Vísceras	1.124 kg	\$753
 Pulpa en trozo	1.081 kg	\$1,373
 Espaldilla	1.065 kg	\$1,311
 Costilla y chuleta	0.999 kg	\$1,445
 Bistec	0.964 kg	\$1,464
 Carnitas	0.892 kg	\$2,481
 Molida	0.834 kg	\$1,444
 Chicharrón	0.420 kg	\$1,817
 Otros trozos	1.306 kg	\$1,130

Nota: Los productos se presentan en orden descendente por el promedio de la cantidad adquirida por compra. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En las compras de carne de pollo el concepto entero y otros trozos presentó la mayor cantidad (un kilo con 707 gramos) en comparación con la obtenida por la adquisición de otras piezas.

Los productos con la segunda mayor cantidad de compra corresponden al concepto pierna, muslo o pechuga con hueso que cifró un kilo 462 gramos.

Las vísceras y otras piezas se posicionaron en tercer orden por el volumen adquirido (un kilo con 238 gramos). En cuarto lugar, se colocó el pollo rostizado. Las piezas deshuesadas (pierna, muslo y pechuga) son las de menor cantidad adquirida.

El anterior patrón se vincula con los precios a los cuales los consumidores adquieren las piezas cárnicas, el pollo entero y las piezas con menor contenido de tejido cárnico (alas, patas, cuello y carcasa) presentan precios de venta menores, mientras que los cortes deshuesados; al tener mayor tejido cárnico y obtenerse de un proceso de retiro de corte y segregación del hueso, tienen precios más elevados.

En consonancia con lo anterior, el gasto monetario es más significativo en productos

deshuesados y el de menor monto corresponde a vísceras y otras piezas.








El pollo rostizado destacó porque presentó la mayor erogación en la adquisición (mil 694 pesos trimestrales), lo anterior por ser un producto en cual, además de integrar en el margen de venta el costo del pollo entero crudo, se adicionan los incrementables de cocción y expendio.

El 40% del volumen comprado de pollo entero y otras piezas fue efectuado por los consumidores de la región Sur-Sureste. El 53% del que corresponde a piezas deshuesadas lo compraron los residentes de la región Centro.

De la cantidad comprada de pollo rostizado a nivel nacional una tercera parte la adquirieron los habitantes de la región Centro. También la mayor participación (64%) en la compra de vísceras la tienen los consumidores de las entidades del referido espacio geográfico.

Los residentes de las regiones del norte presentaron las menores participaciones en el volumen de adquisición de los distintos productos cárnicos de pollo. Por ejemplo, la participación en productos deshuesados cifró 11 en la Noreste y 9% en la Noreste.

Indicadores de la compra de carne de pollo por producto 2022

	 Cantidad promedio por compra semanal	 Promedio de gasto trimestral
 Entero y otros trozos	1.707 kg	\$942
 Pierna, muslo o pechuga con hueso	1.462 kg	\$936
 Vísceras y otras partes	1.238 kg	\$612
 Rostizado	1.224 kg	\$1,694
 Pierna, muslo o pechuga sin hueso	1.098 kg	\$1,350

Nota: Los productos se presentan en orden descendente por el promedio de la cantidad adquirida por compra. De acuerdo con la fuente de datos en el concepto *Entero y otros trozos* la parte correspondiente a trozos excluye la pierna, el muslo y la pechuga. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH.
Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

En el segmento de carnes frías el producto de mayor adquisición corresponde a la chuleta ahumada. La cantidad promedio por compra cuantificó 805 gramos e integró un desembolso trimestral promedio por hogar de mil 395 pesos. Los habitantes de la región Centro compraron el 43% del volumen total nacional de chuleta ahumada, esta área es la de mayor consumo del producto.

La salchicha y salchichón se colocó en segundo orden de compra con 641 gramos y un gasto de 846 pesos trimestrales. La mayor parte del volumen adquirido lo efectuaron los consumidores de la región Centro con 37% de participación, le prosiguieran los de las regiones Noreste y Centro-Occidente con 22% y 20%, respectivamente. Por segmento los consumidores de hogares de menores ingresos (del decil I al V) presentan las menores participaciones en el volumen adquirido, mientras que en el resto las participaciones rondan el 11% en cada estrato.

El chorizo y la longaniza figuraron como el tercer producto en la adquisición con poco más de medio kilo por compra y un desembolso de mil

271 pesos por trimestre. Estos cárnicos tienen marcada demanda por los consumidores de la región Centro, la cual representó 48% del total.

Con una compra promedio de 431 gramos, el jamón de cerdo ocupa la cuarta posición en la cantidad de compra. El gasto efectuado promedió mil 300 pesos trimestrales. Las regiones Centro y Centro-Occidente lideran la compra del cárnico, sus participaciones cifraron 44% y 26%, respectivamente. Los hogares consumidores de los deciles de ingreso medio y alto presentan participaciones en el consumo que ponderan 12% cada uno, mientras que los de menores ingresos (del decil I al IV) conjuntan 30 por ciento.

El tocino registró la menor cantidad de compra (323 gramos) pero es el producto en el cual los consumidores realizaron el mayor gasto (mil 788 pesos trimestrales). Las regiones Centro y Centro-Occidente figuran por sus participaciones en el volumen adquirido: 37% y 26%. Los hogares del decil de mayor ingreso participan con 23% del consumo, mientras que el decil de menor ingreso solo 1 por ciento.

Indicadores de la compra de carnes frías por producto 2022

	 Cantidad promedio por compra semanal	 Promedio de gasto trimestral
 Chuleta ahumada	0.805 kg	\$1,395
 Salchicha y salchichón	0.641 kg	\$846
 Chorizo y longaniza	0.552 kg	\$1,271
 Jamón de cerdo	0.431 kg	\$1,300
 Tocino	0.323 kg	\$1,788
 Otros	0.558 kg	\$1,240

Nota: Los productos se presentan en orden descendente por el promedio de la cantidad adquirida por compra. Asimismo, los indicadores corresponden a los hogares que adquirieron cárnicos mediante una erogación monetaria para su compra durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.



LUGARES DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS



3. Lugares de adquisición de los productos cárnicos

En México los puntos de venta especializados en los productos cárnicos (carnicerías, pollerías y charcuterías) encabezan los lugares de preferencia de los consumidores para la compra.

Durante 2022, el 52% de las adquisiciones de carne de res se efectuaron en las carnicerías, le prosiguieron las realizadas en supermercados que representaron 21%, en tercer lugar, se posicionaron las correspondientes a mercados con 18 por ciento. El comparativo inter temporal de las participaciones de 2022 respecto a 2016, refiere un incremento en la preferencia por las compras en carnicerías, en detrimento de las efectuadas en los mercados.

En cárnicos de cerdo las compras en carnicerías representaron 56%; esta participación aumentó en 4 puntos respecto a la que tenía en 2016. La adquisición en mercados tiene la segunda mayor participación con 21%.

El lugar de mayor preferencia para la compra de carne de pollo lo registraron las pollerías con 57% del total, en este caso la participación ha registrado un avance de 7 puntos respecto a la observada seis años atrás. Las adquisiciones en mercados y supermercados cifraron 17 y 12 por ciento, respectivamente.

En el caso de carnes frías el punto de compra de mayor frecuencia corresponde a las abarroteras, la participación cifró 38%. Le prosiguieron las efectuadas en supermercados y charcuterías con ponderaciones de 25 y 23%. Entre 2016 y 2022 la compra en abarrotes ha mantenido su participación, pero en el lapso referido declinó la realizada en supermercados en favor de las charcuterías.

En las abarroteras el producto de mayor compra corresponde a jamón, mientras que en los supermercados las salchichas. En los mercados y charcuterías son el chorizo y longaniza el de mayor adquisición.

La enumeración nacional de los establecimientos de venta de los productos cárnicos da cuenta de su significativo número y las múltiples posibilidades para el abastecimiento. A finales de 2022 cifraron poco más de 839 mil.

El mayor número corresponde a las abarroteras con 610 mil unidades, de ellas 604 mil expenden al menudeo y las restantes al mayoreo. Esta clase de punto de venta representó 73% del universo. Al ser establecimientos en los que se expenden diversos productos, su oferta se limita a carnes frías, principalmente salchichas y jamón.

Las carnicerías conforman el segundo conglomerado de más presencia con 71 mil 783 y una representación de 8.2%. De cada diez unidades de venta nueve comercian sus productos al menudeo. La vocación comercial de este grupo se centra en la venta de carnes rojas, chuletas ahumadas, los chorizos y longanizas.

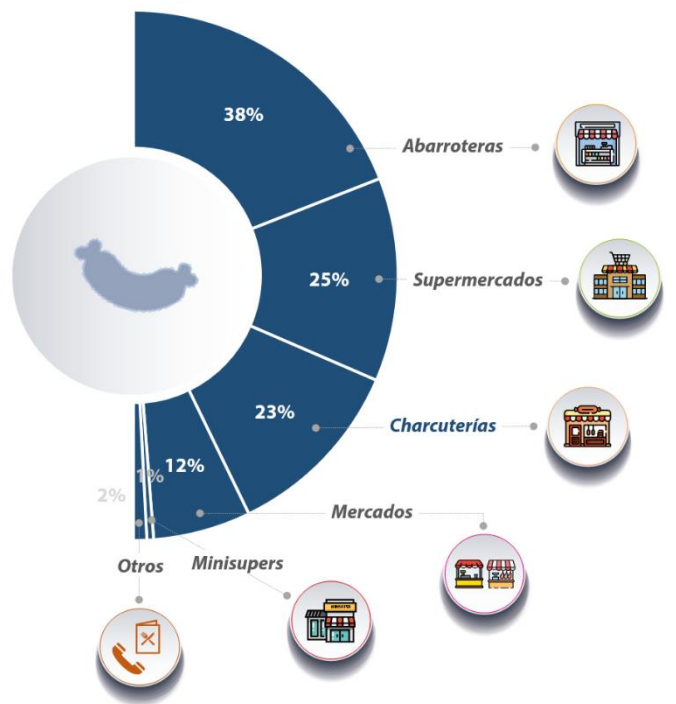
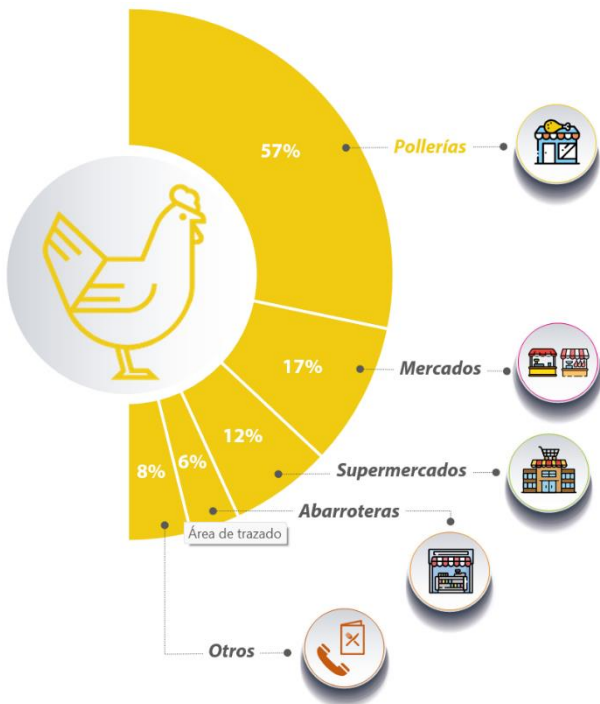
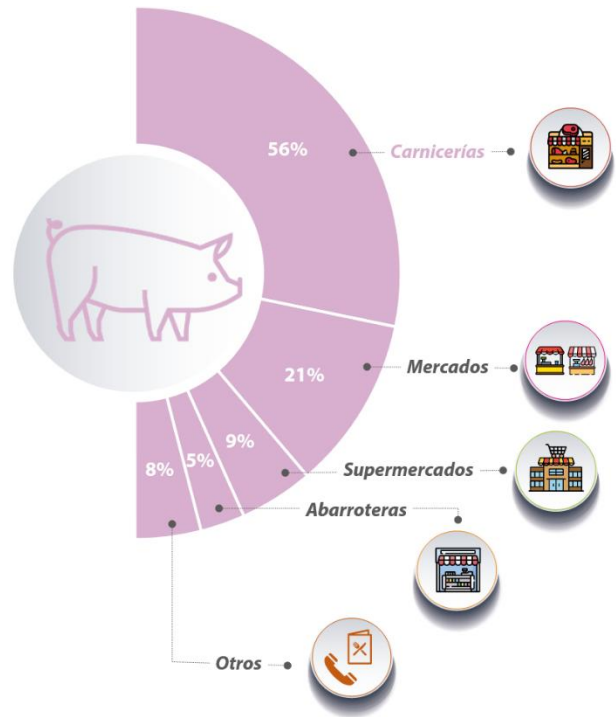
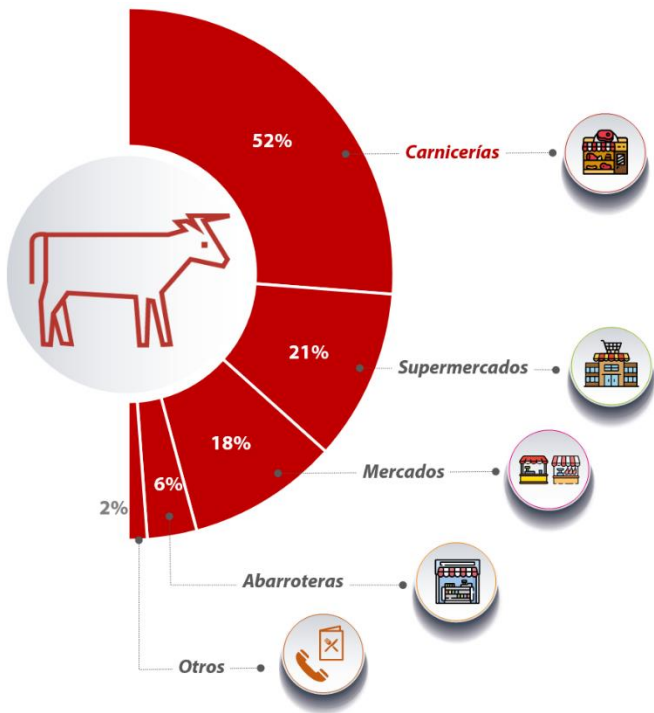
Los minisuper son espacios de comercialización de diversos productos alimentarios y no alimentarios, con ello su oferta de productos cárnicos se limitan principalmente a carnes frías. En 2022 se cuantificaron en el país 66 mil 990 unidades.

Los establecimientos de venta de pollo contabilizaron 59 mil 481, entre ellos predominan los de venta al menudeo con 58 mil 664. Las pollerías de venta al mayoreo cifraron 817.

Otros espacios de venta son los locales que se especializan en la venta de carnes frías, conocidos también como charcuterías, cifraron 24 mil 918 establecimientos.

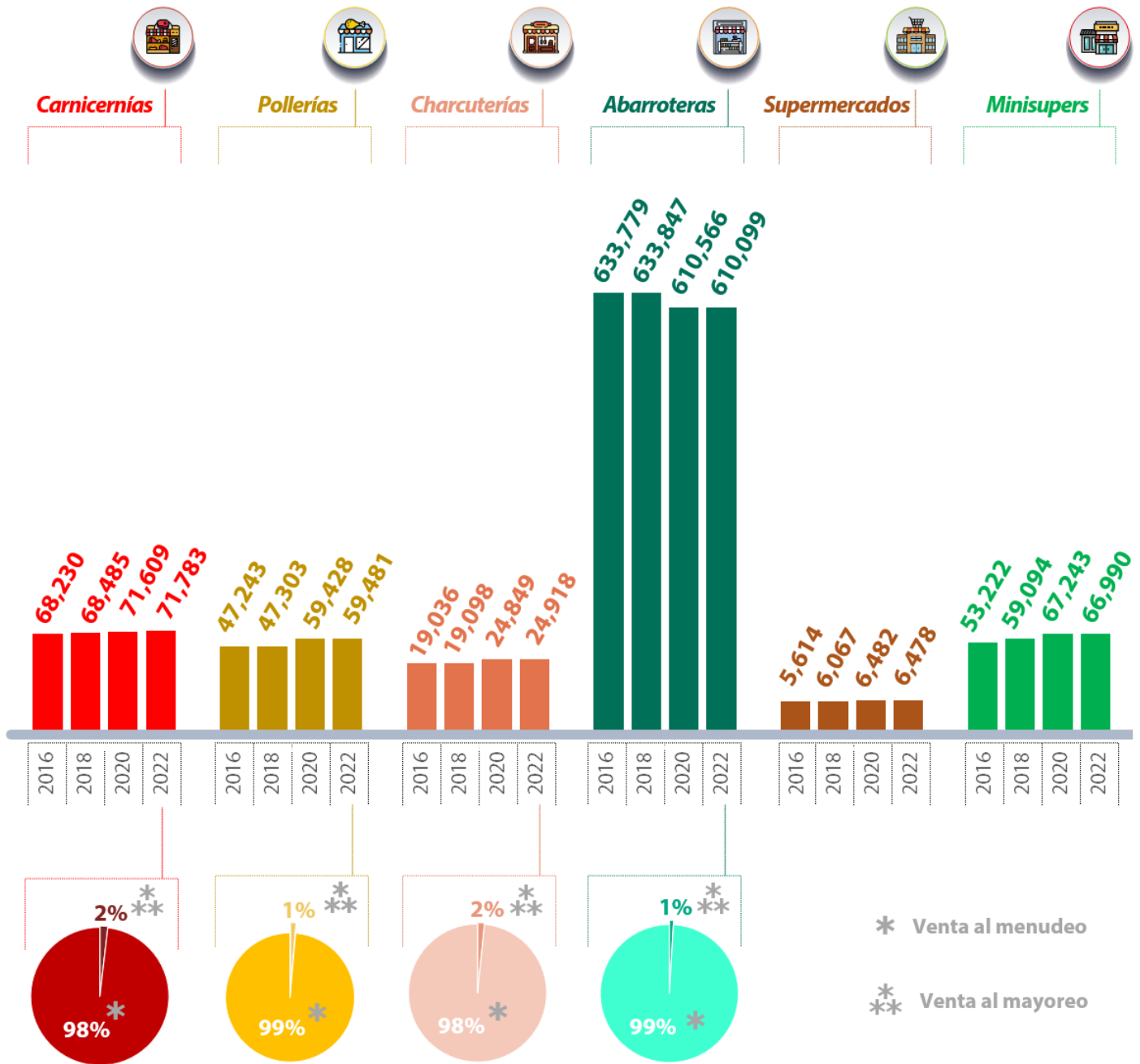
Finalmente, con un número de 6 mil 478 unidades los supermercados cierran el circuito de lugares para la compra cárnica. En ellos se ofertan una amplia variedad de cárnicos de corte y carnes frías de distintas marcas comerciales.

Volumen de compra cárnica por lugar de adquisición 2022



Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Establecimientos de comercialización de productos cárnicos por tipo



Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

El contraste del número de establecimientos de venta de productos cárnicos del 2022 versus el 2021, no presentan un cambio de significado.

No obstante, respecto al número existente en 2016, se aprecian un cambio ascendente en los minisúper (13 mil 768), las pollerías (12 mil 238),

las charcuterías (5 mil 882), las carnicerías (3 mil 553 unidades) y supermercados (864).

Por el contrario, las abarroteras disminuyeron en 23 mil 680 unidades, siendo este segmento el que denota una tendencia decreciente.

Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al mayoreo "Carnicerías"



Noroeste
210
15.8%



Establecimientos			
BC	52	3.9%	
Sin.	52	3.9%	
Son.	62	4.7%	
Nay.	27	2.0%	
BCS	17	1.3%	

Noreste
296
22.2%



Establecimientos			
NL	124	9.3%	
Chih.	48	3.6%	
Tamps.	46	3.5%	
Coah.	35	2.6%	
Dgo.	29	2.2%	
Zac.	14	1.1%	

Centro-Occidente
315
23.7%



Establecimientos			
Jal.	114	8.6%	
Gto.	65	4.9%	
Mich.	31	2.3%	
SLP	23	1.7%	
Qro.	38	2.9%	
Ags.	34	2.6%	
Col.	10	0.8%	

Sur-Sureste
132
9.9%



Establecimientos			
Ver.	33	2.5%	
Chis.	15	1.1%	
Oax.	18	1.4%	
Tab.	12	0.9%	
Yuc.	17	1.3%	
Q. Roo	20	1.5%	
Camp.	17	1.3%	

Centro
378
38.4%



Establecimientos			
Mex.	138	10.4%	
CDMX	128	9.6%	
Pue.	62	4.7%	
Hgo.	17	1.3%	
Mor.	17	1.3%	
Gro.	11	0.8%	
Tlax.	5	0.4%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

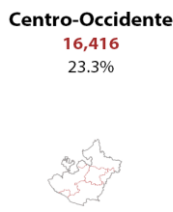
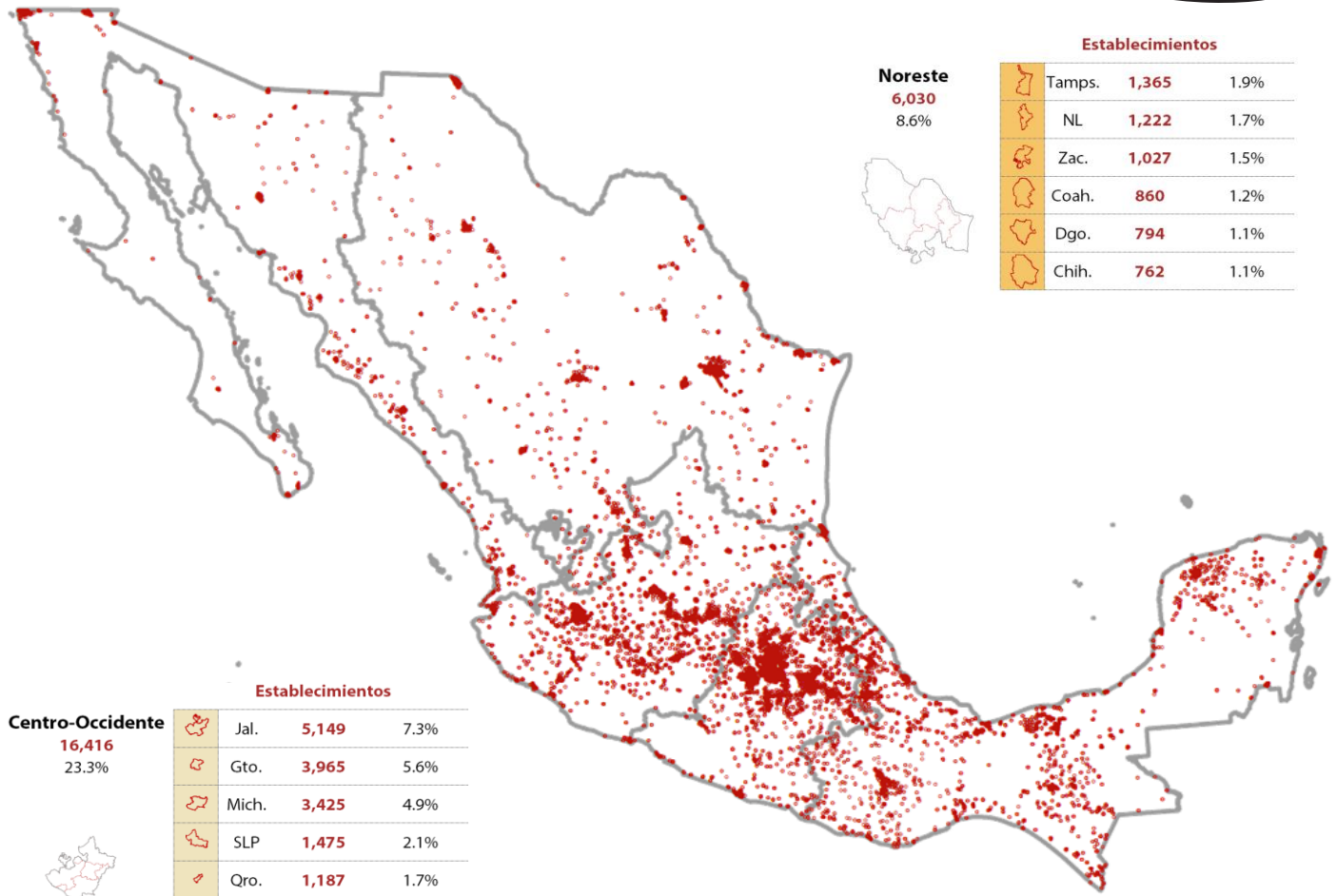
Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Carnicerías"



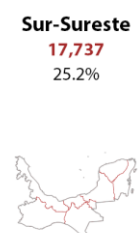
Establecimientos			
BC	381	0.5%	
Sin.	903	1.3%	
Son.	553	0.8%	
Nay.	672	1.0%	
BCS	135	0.2%	



Establecimientos			
Tamps.	1,365	1.9%	
NL	1,222	1.7%	
Zac.	1,027	1.5%	
Coah.	860	1.2%	
Dgo.	794	1.1%	
Chih.	762	1.1%	



Establecimientos			
Jal.	5,149	7.3%	
Gto.	3,965	5.6%	
Mich.	3,425	4.9%	
SLP	1,475	2.1%	
Qro.	1,187	1.7%	
Ags.	737	1.0%	
Col.	478	0.7%	



Establecimientos			
Ver.	5,932	8.4%	
Oax.	3,523	5.0%	
Chis.	3,291	4.7%	
Yuc.	1,979	2.8%	
Tab.	1,638	2.3%	
Q. Roo	770	1.1%	
Camp.	604	0.9%	

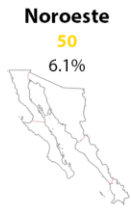
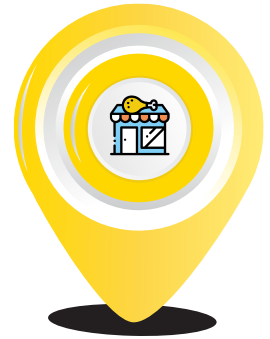


Establecimientos			
Mex.	9,948	14.1%	
CDMX	6,362	9.0%	
Pue.	4,603	6.5%	
Gro.	2,144	3.0%	
Mor.	1,687	2.4%	
Hgo.	1,634	2.3%	
Tlax.	1,247	1.8%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

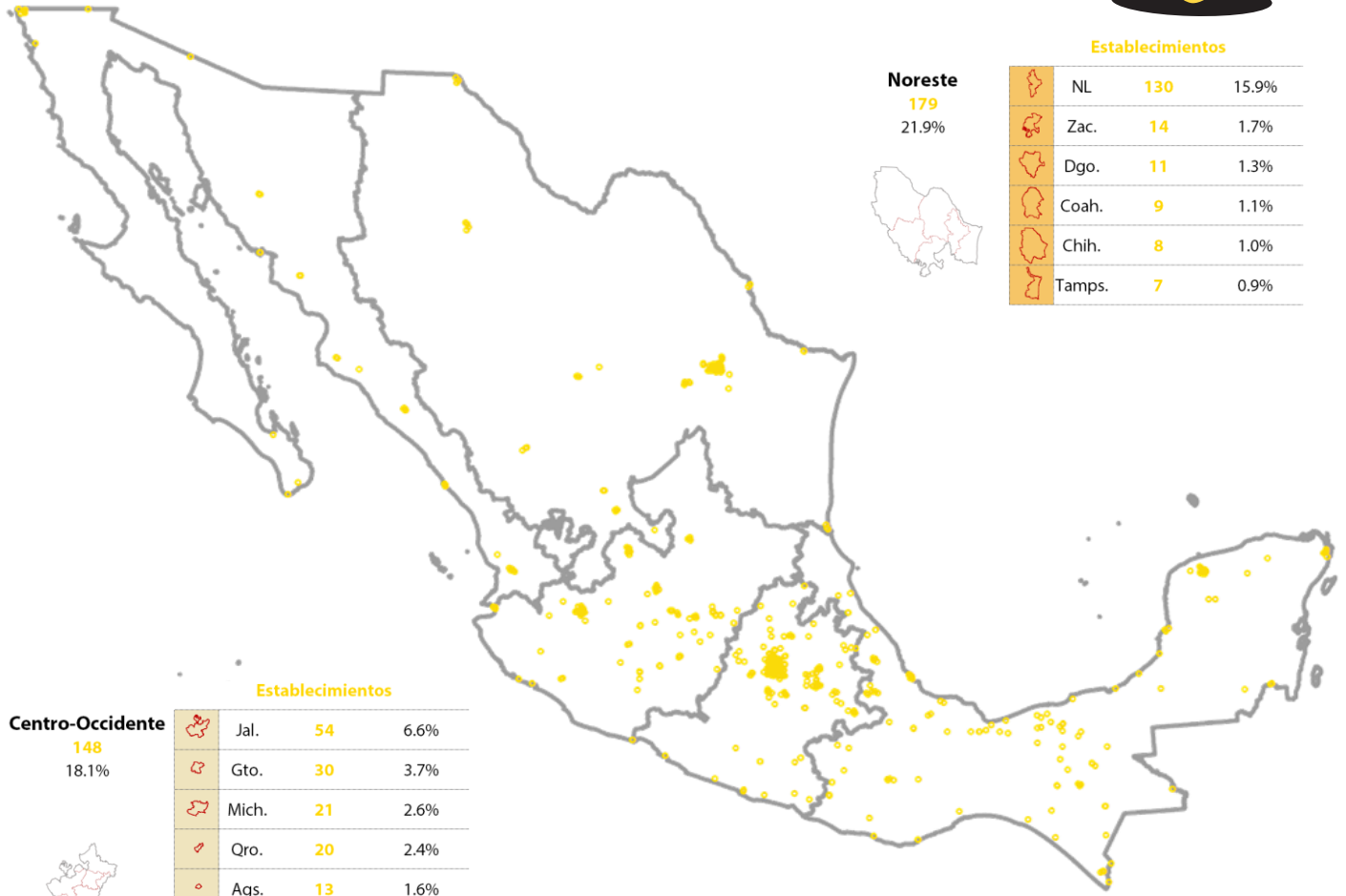
Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al mayoreo "Pollerías"



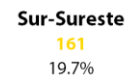
Establecimientos			
Sin.	15	1.8%	
BC	11	1.3%	
Son.	11	1.3%	
Nay.	10	1.2%	
BCS	3	0.4%	



Establecimientos			
NL	130	15.9%	
Zac.	14	1.7%	
Dgo.	11	1.3%	
Coah.	9	1.1%	
Chih.	8	1.0%	
Tamps.	7	0.9%	



Establecimientos			
Jal.	54	6.6%	
Gto.	30	3.7%	
Mich.	21	2.6%	
Qro.	20	2.4%	
Ags.	13	1.6%	
SLP	7	0.9%	
Col.	3	0.4%	



Establecimientos			
Ver.	57	7.0%	
Chis.	27	3.3%	
Oax.	22	2.7%	
Yuc.	22	2.7%	
Tab.	16	2.0%	
Q. Roo	10	1.2%	
Camp.	7	0.9%	



Establecimientos			
Mex.	91	11.1%	
CDMX	86	10.5%	
Pue.	49	6.0%	
Hgo.	16	2.0%	
Gro.	13	1.6%	
Mor.	12	1.5%	
Tlax.	12	1.5%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Pollerías"



Noroeste
1,151
2.0%

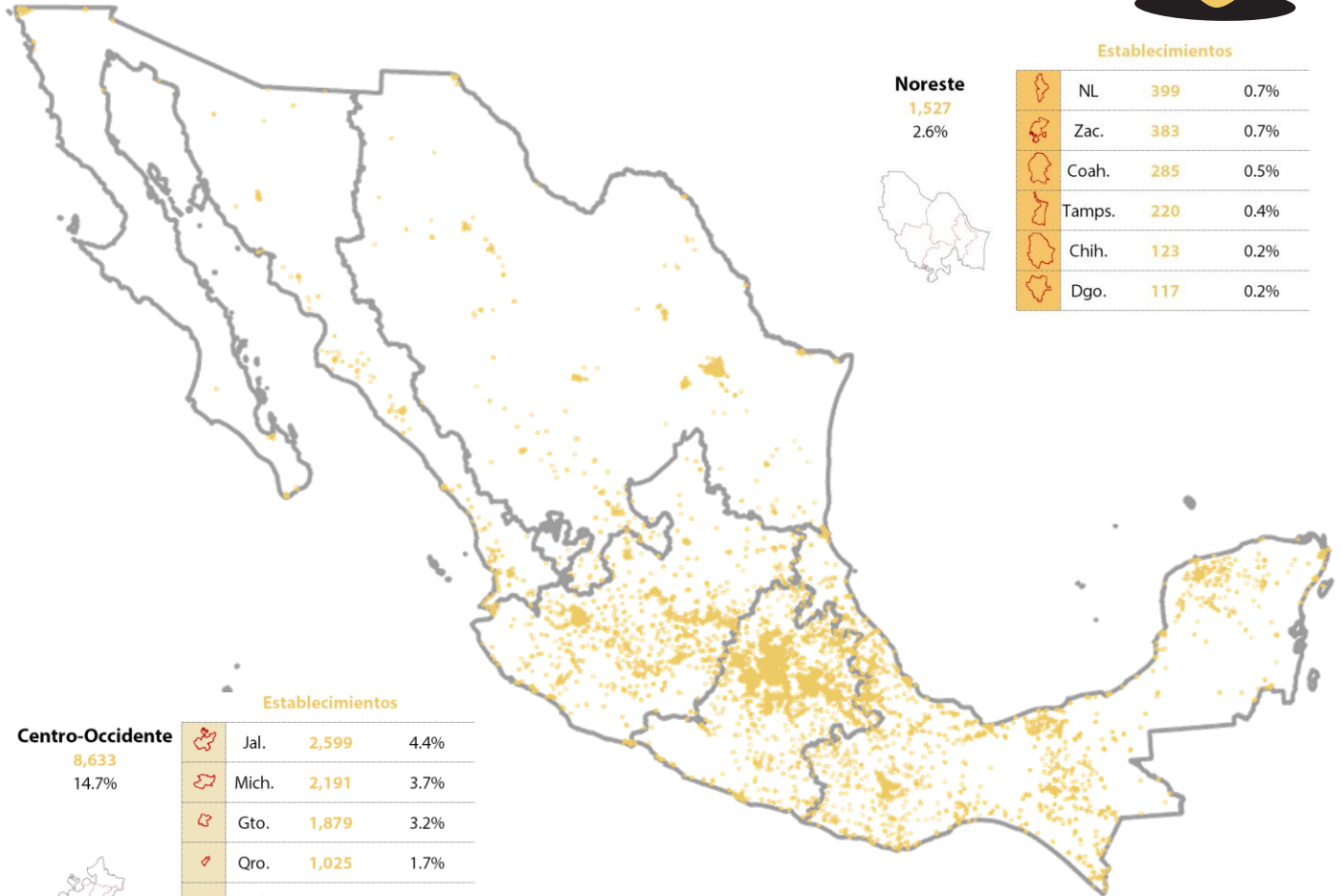


Establecimientos			
Nay.	653	1.1%	
Sin.	290	0.5%	
Son.	82	0.1%	
BCS	71	0.1%	
BC	55	0.1%	

Noreste
1,527
2.6%



Establecimientos			
NL	399	0.7%	
Zac.	383	0.7%	
Coah.	285	0.5%	
Tamps.	220	0.4%	
Chih.	123	0.2%	
Dgo.	117	0.2%	



Centro-Occidente
8,633
14.7%



Establecimientos			
Jal.	2,599	4.4%	
Mich.	2,191	3.7%	
Gto.	1,879	3.2%	
Qro.	1,025	1.7%	
Col.	416	0.7%	
SLP	365	0.6%	
Ags.	158	0.3%	

Sur-Sureste
15,374
26.2%



Establecimientos			
Ver.	4,689	8.0%	
Chis.	3,368	5.7%	
Oax.	3,152	5.4%	
Tab.	1,580	2.7%	
Yuc.	1,373	2.3%	
Q. Roo	610	1.0%	
Camp.	602	1.0%	

Centro
31,979
54.5%

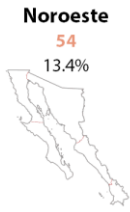


Establecimientos			
Mex.	13,525	23.1%	
CDMX	6,698	11.4%	
Pue.	4,329	7.4%	
Hgo.	2,515	4.3%	
Mor.	1,749	3.0%	
Gro.	1,732	3.0%	
Tlax.	1,431	2.4%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

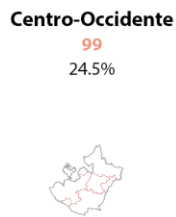
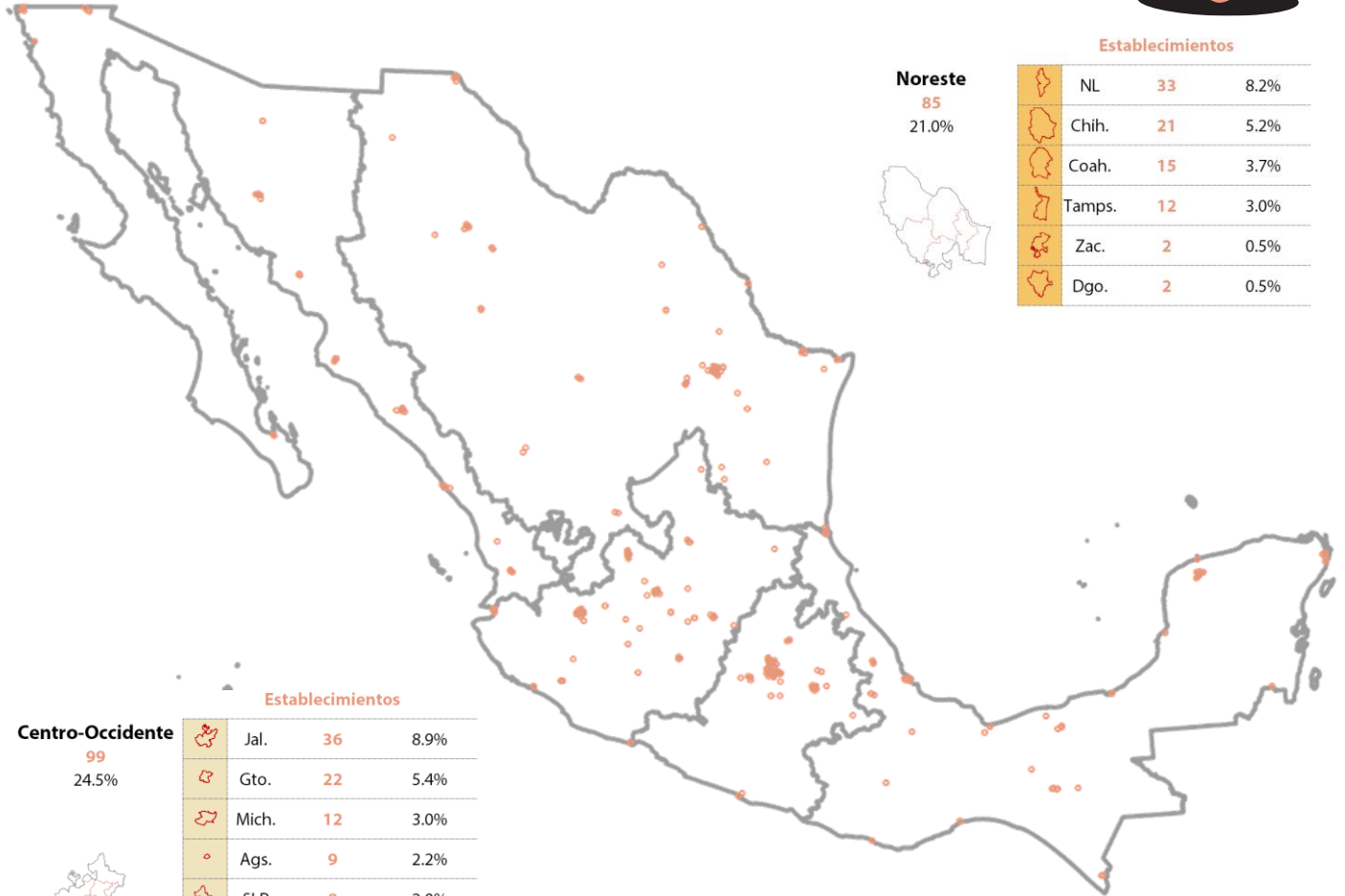
Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al mayoreo "Charcuterías"



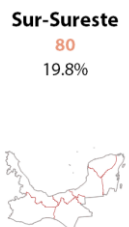
Establecimientos			
Sin.	18	4.5%	
BC	12	3.0%	
Son.	13	3.2%	
Nay.	8	2.0%	
BCS	3	0.7%	



Establecimientos			
NL	33	8.2%	
Chih.	21	5.2%	
Coah.	15	3.7%	
Tamps.	12	3.0%	
Zac.	2	0.5%	
Dgo.	2	0.5%	



Establecimientos			
Jal.	36	8.9%	
Gto.	22	5.4%	
Mich.	12	3.0%	
Ags.	9	2.2%	
SLP	8	2.0%	
Qro.	7	1.7%	
Col.	5	1.2%	



Establecimientos			
Ver.	28	6.9%	
Yuc.	14	3.5%	
Chis.	11	2.7%	
Tab.	8	2.0%	
Q. Roo	7	1.7%	
Oax.	6	1.5%	
Camp.	6	1.5%	



Establecimientos			
Mex.	33	8.2%	
CDMX	23	5.7%	
Pue.	11	2.7%	
Mor.	6	1.5%	
Hgo.	5	1.2%	
Gro.	4	1.0%	
Tlax.	4	1.0%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Charcuterías"^a



Noroeste
789
3.2%

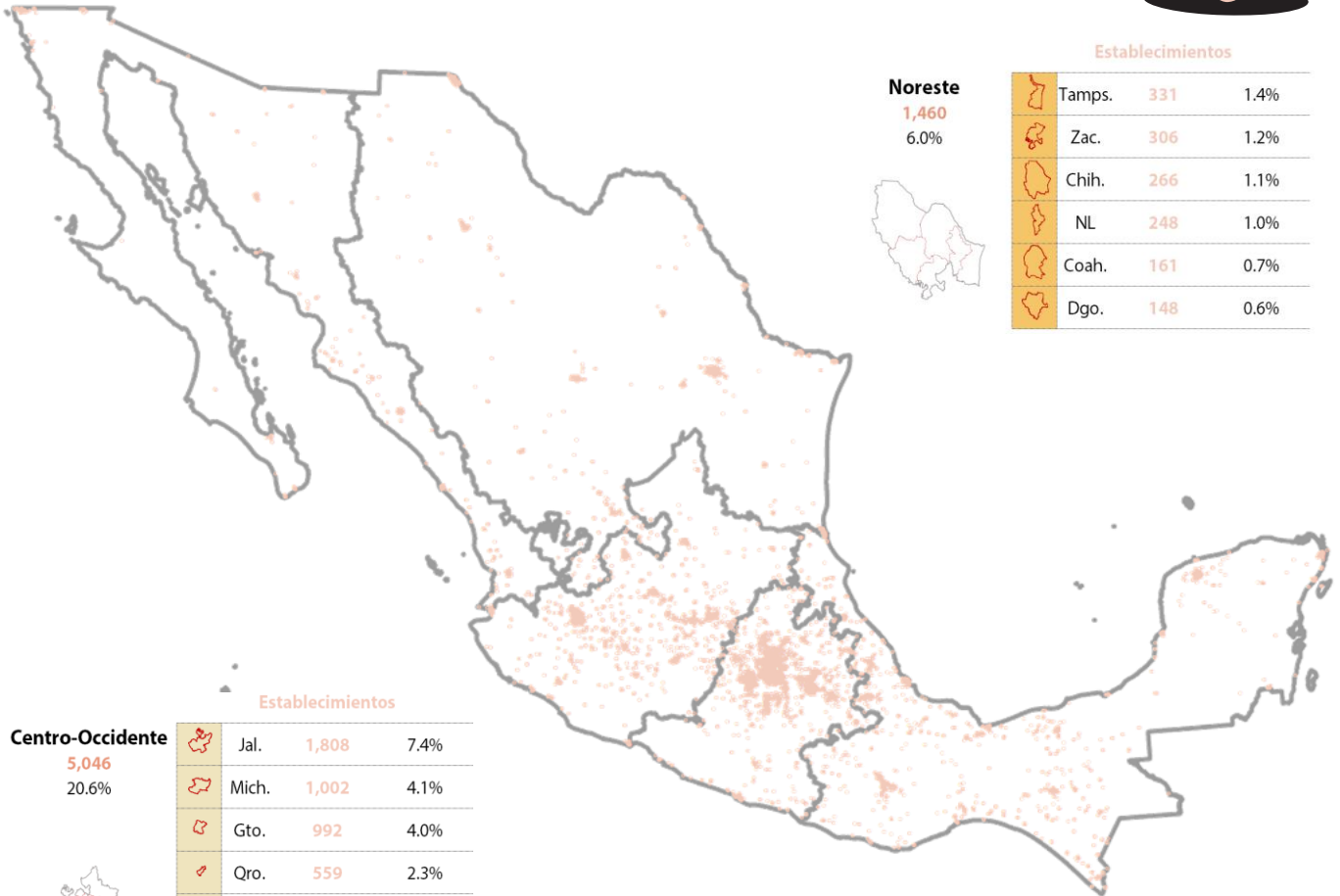


Establecimientos			
Sin.	334	1.4%	
Nay.	181	0.7%	
Son.	118	0.5%	
BC	112	0.5%	
BCS	44	0.2%	

Noreste
1,460
6.0%



Establecimientos			
Tamps.	331	1.4%	
Zac.	306	1.2%	
Chih.	266	1.1%	
NL	248	1.0%	
Coah.	161	0.7%	
Dgo.	148	0.6%	



Centro-Occidente
5,046
20.6%



Establecimientos			
Jal.	1,808	7.4%	
Mich.	1,002	4.1%	
Gto.	992	4.0%	
Qro.	559	2.3%	
SLP	396	1.6%	
Ags.	158	0.6%	
Col.	131	0.5%	

Sur-Sureste
4,252
17.3%



Establecimientos			
Ver.	1,426	5.8%	
Oax.	1,250	5.1%	
Chis.	937	3.8%	
Q. Roo	240	1.0%	
Tab.	176	0.7%	
Yuc.	155	0.6%	
Camp.	68	0.3%	

Centro
12,967
52.9%



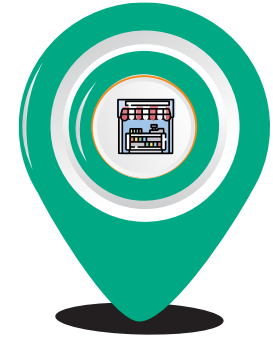
Establecimientos			
Mex.	4,777	19.5%	
CDMX	4,563	18.6%	
Pue.	1,299	5.3%	
Hgo.	747	3.0%	
Gro.	696	2.8%	
Mor.	517	2.1%	
Tlax.	368	1.5%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

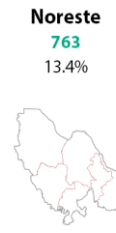
^a Las cifras incluyen a los establecimientos que comercializan productos lácteos, lo anterior porque la fuente de datos no los segrega por el grupo de producto genérico.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

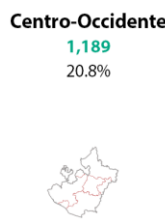
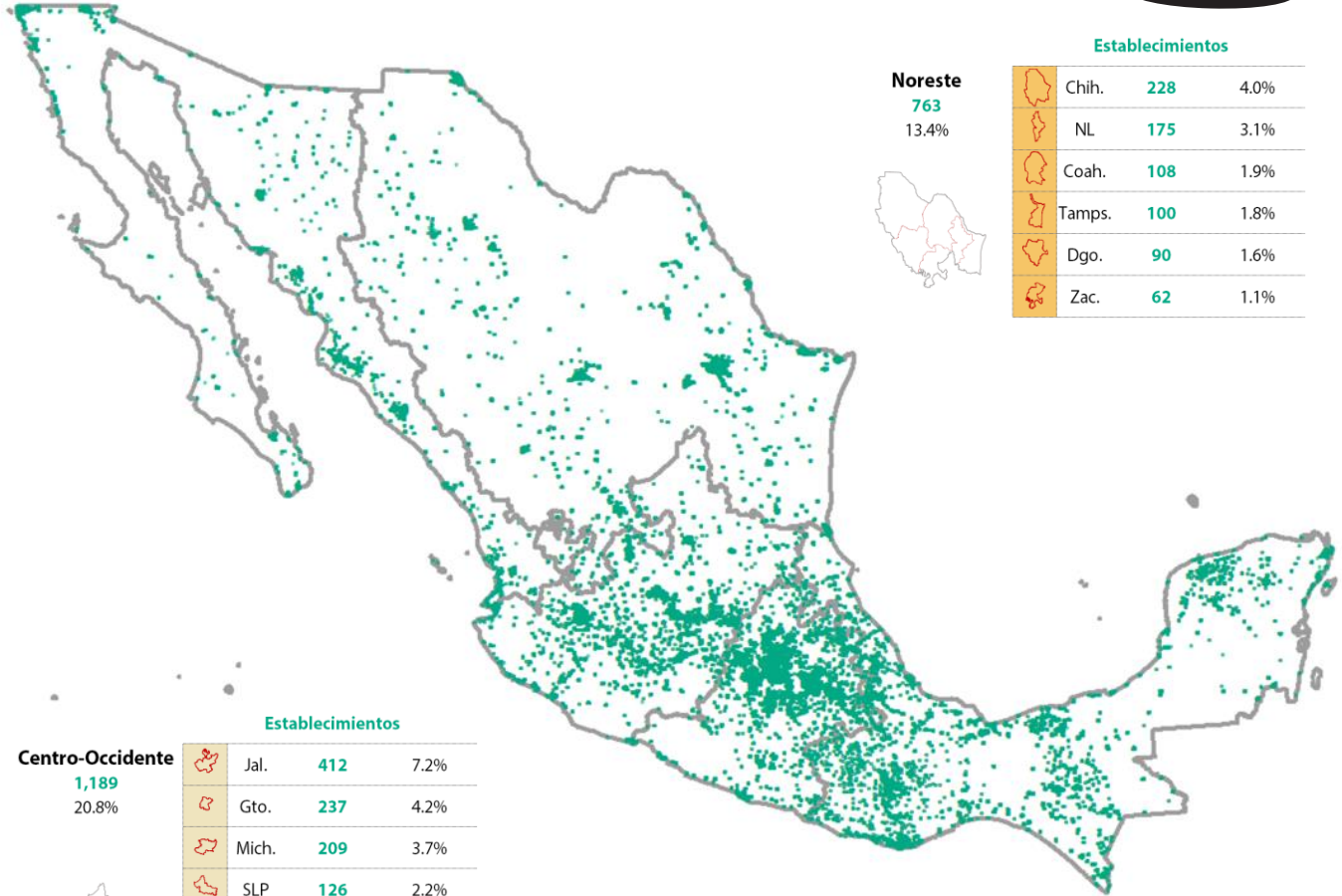
Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al mayoreo "Abarroteras"



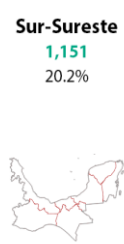
Establecimientos			
Son.	183	3.2%	
BC	149	2.6%	
Sin.	141	2.5%	
Nay.	49	0.9%	
BCS	43	0.8%	



Establecimientos			
Chih.	228	4.0%	
NL	175	3.1%	
Coah.	108	1.9%	
Tamps.	100	1.8%	
Dgo.	90	1.6%	
Zac.	62	1.1%	



Establecimientos			
Jal.	412	7.2%	
Gto.	237	4.2%	
Mich.	209	3.7%	
SLP	126	2.2%	
Qro.	85	1.5%	
Ags.	78	1.4%	
Col.	42	0.7%	



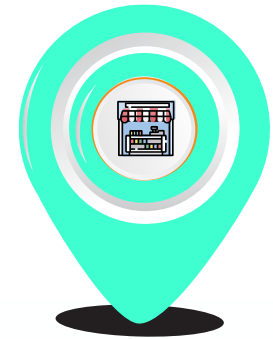
Establecimientos			
Ver.	318	5.6%	
Oax.	305	5.3%	
Chis.	228	4.0%	
Tab.	110	1.9%	
Yuc.	95	1.7%	
Q. Roo	60	1.1%	
Camp.	35	0.6%	



Establecimientos			
Mex.	708	12.4%	
CDMX	555	9.7%	
Pue.	315	5.5%	
Gro.	160	2.8%	
Hgo.	149	2.6%	
Mor.	100	1.8%	
Tlax.	53	0.9%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.
Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Abarroteras"^a



Noroeste
39,477
6.5%

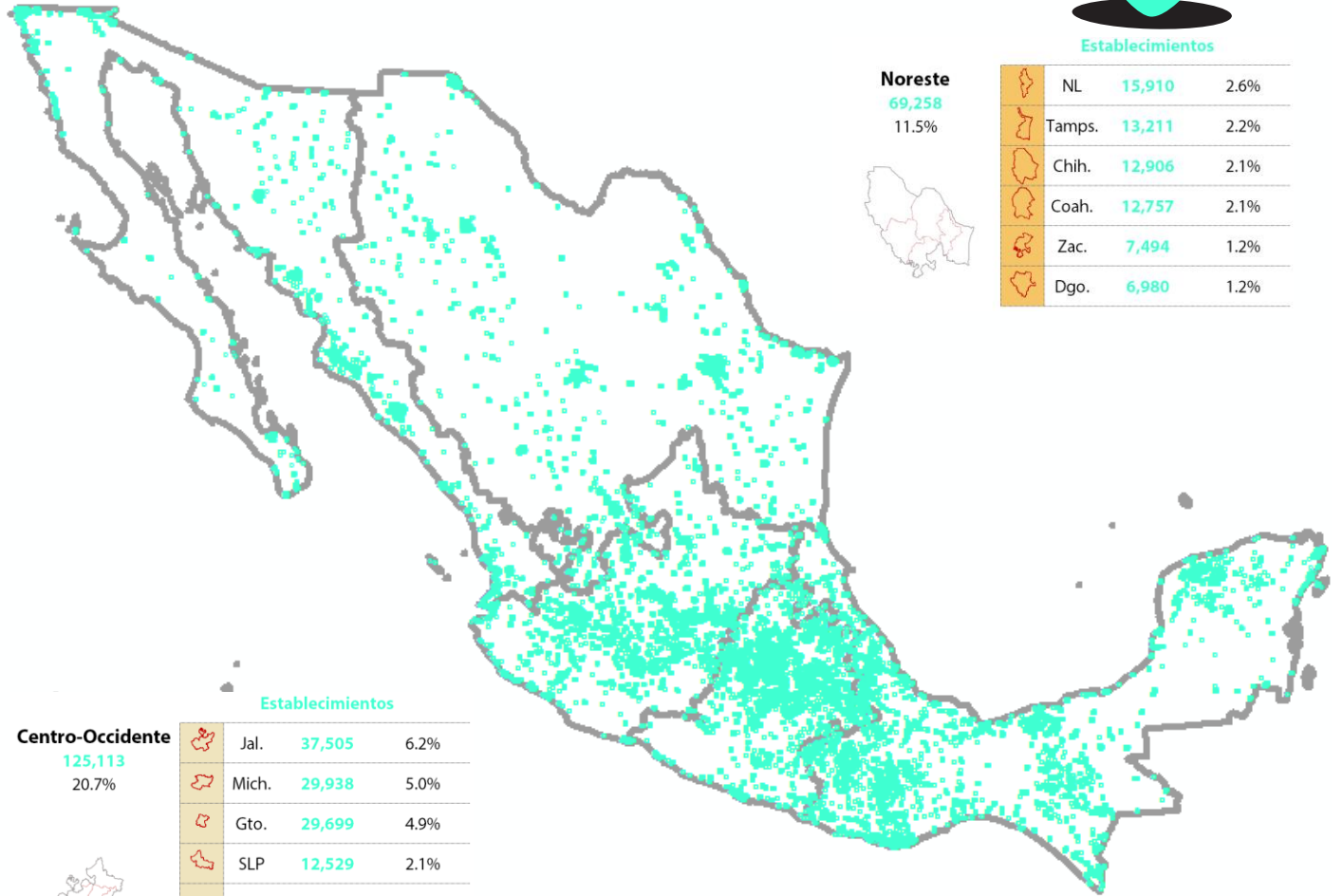


Establecimientos			
Sin.	12,728	2.1%	
BC	10,764	1.8%	
Son.	8,850	1.5%	
Nay.	4,860	0.8%	
BCS	2,275	0.4%	

Noreste
69,258
11.5%



Establecimientos			
NL	15,910	2.6%	
Tamps.	13,211	2.2%	
Chih.	12,906	2.1%	
Coah.	12,757	2.1%	
Zac.	7,494	1.2%	
Dgo.	6,980	1.2%	



Centro-Occidente
125,113
20.7%



Establecimientos			
Jal.	37,505	6.2%	
Mich.	29,938	5.0%	
Gto.	29,699	4.9%	
SLP	12,529	2.1%	
Qro.	7,240	1.2%	
Ags.	4,965	0.8%	
Col.	3,237	0.5%	

Sur-Sureste
137,230
22.7%



Establecimientos			
Ver.	40,061	6.6%	
Chis.	35,293	5.8%	
Oax.	31,333	5.2%	
Yuc.	11,083	1.8%	
Tab.	8,881	1.5%	
Q. Roo	5,839	1.0%	
Camp.	4,740	0.8%	

Centro
233,313
38.6%



Establecimientos			
Mex.	88,615	14.7%	
Pue.	45,332	7.5%	
CDMX	38,001	6.3%	
Gro.	22,448	3.7%	
Hgo.	14,425	2.4%	
Mor.	12,676	2.1%	
Tlax.	11,816	2.0%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

^a Las cifras incluyen a los establecimientos denominados ultramarinos y misceláneas, lo anterior porque la fuente de datos no los segrega por el grupo de productos de venta.
Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

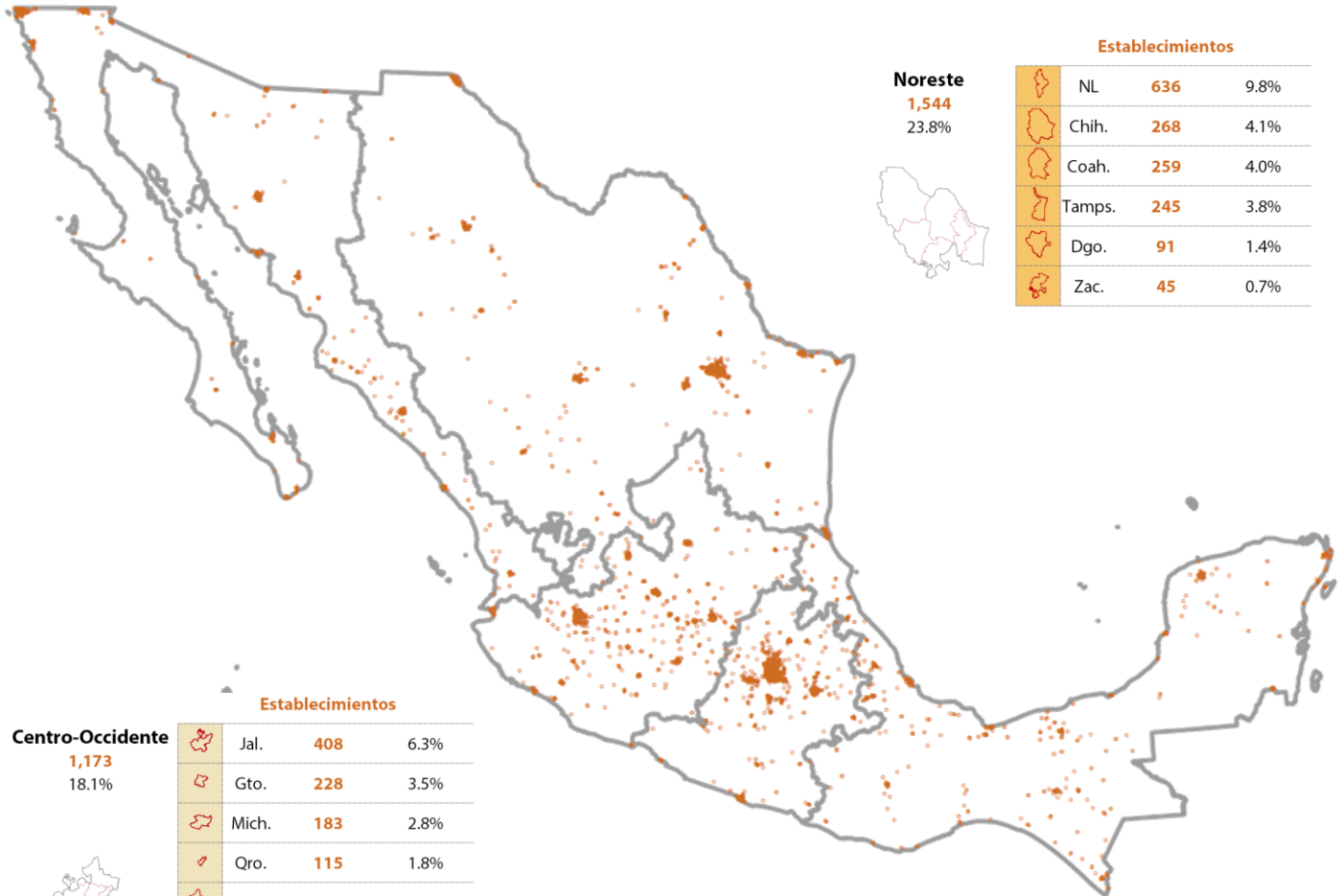
Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Supermercados"



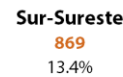
Establecimientos		
Son.	391	6.0%
BC	361	5.6%
Sin.	226	3.5%
BCS	121	1.9%
Nay.	51	0.8%



Establecimientos		
NL	636	9.8%
Chih.	268	4.1%
Coah.	259	4.0%
Tamps.	245	3.8%
Dgo.	91	1.4%
Zac.	45	0.7%



Establecimientos		
Jal.	408	6.3%
Gto.	228	3.5%
Mich.	183	2.8%
Qro.	115	1.8%
SLP	108	1.7%
Col.	69	1.1%
Ags.	62	1.0%



Establecimientos		
Ver.	283	4.4%
Q. Roo	127	2.0%
Yuc.	121	1.9%
Chis.	115	1.8%
Tab.	92	1.4%
Oax.	83	1.3%
Camp.	48	0.7%



Establecimientos		
Mex.	706	10.9%
CDMX	500	7.7%
Pue.	180	2.8%
Gro.	160	2.5%
Mor.	84	1.3%
Hgo.	82	1.3%
Tlax.	30	0.5%

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).

Distribución geográfica de los establecimientos de comercialización Productos cárnicos al menudeo "Minisupers"



Noroeste
10,713
16.0%

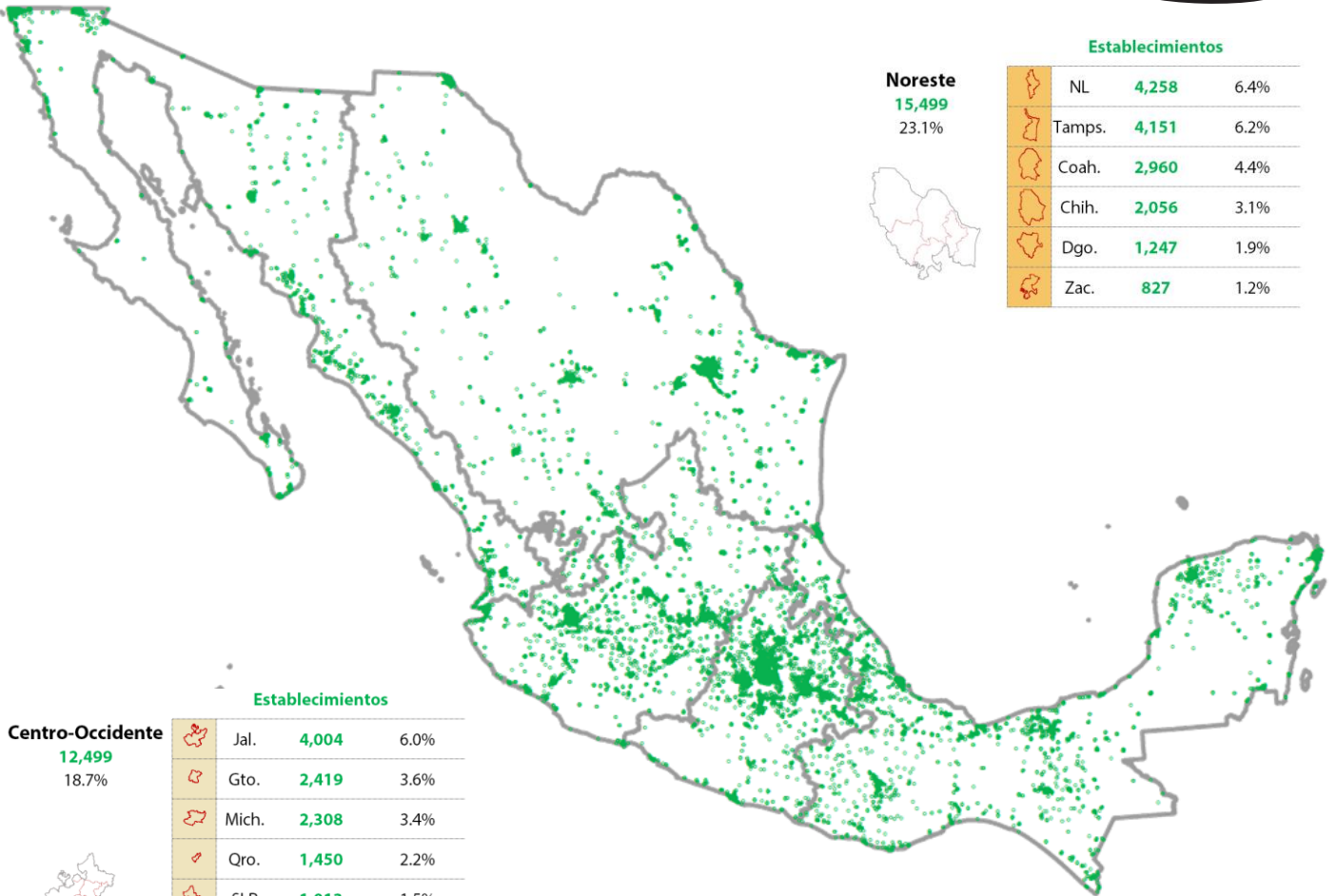


Establecimientos			
Son.	3,168	4.7%	
BC	2,453	3.7%	
Sin.	1,943	2.9%	
Nay.	1,875	2.8%	
BCS	1,274	1.9%	

Noreste
15,499
23.1%



Establecimientos			
NL	4,258	6.4%	
Tamps.	4,151	6.2%	
Coah.	2,960	4.4%	
Chih.	2,056	3.1%	
Dgo.	1,247	1.9%	
Zac.	827	1.2%	



Centro-Occidente
12,499
18.7%



Establecimientos			
Jal.	4,004	6.0%	
Gto.	2,419	3.6%	
Mich.	2,308	3.4%	
Qro.	1,450	2.2%	
SLP	1,013	1.5%	
Ags.	686	1.0%	
Col.	619	0.9%	

Sur-Sureste
12,998
19.4%



Establecimientos			
Ver.	3,999	6.0%	
Q. Roo	2,193	3.3%	
Oax.	1,753	2.6%	
Tab.	1,547	2.3%	
Yuc.	1,492	2.2%	
Chis.	1,376	2.1%	
Camp.	638	1.0%	

Centro
15,251
22.8%



Establecimientos			
Mex.	4,838	7.2%	
CDMX	4,013	6.0%	
Pue.	2,705	4.0%	
Hgo.	1,359	2.0%	
Gro.	1,062	1.6%	
Mor.	852	1.3%	
Tlax.	452	0.7%	

Nota: En cada región las entidades se muestran descendientemente por el número de establecimientos.

Fuente: COMECARNE a partir de los microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2022 11).



PRECIOS DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN PUNTOS DE VENTA



4. Precios de productos cárnicos en puntos de venta

Los precios de venta de las vísceras son los de menor costo de adquisición de los consumidores. Durante 2022 en promedio un kilo de hígado se cotizó en 49 pesos y uno de panza en 94.

En una franja de precios de entre 100 y 200 pesos por kilo se encuentra el retazo con hueso, la molida, la falda, el bistec y la milanesa.

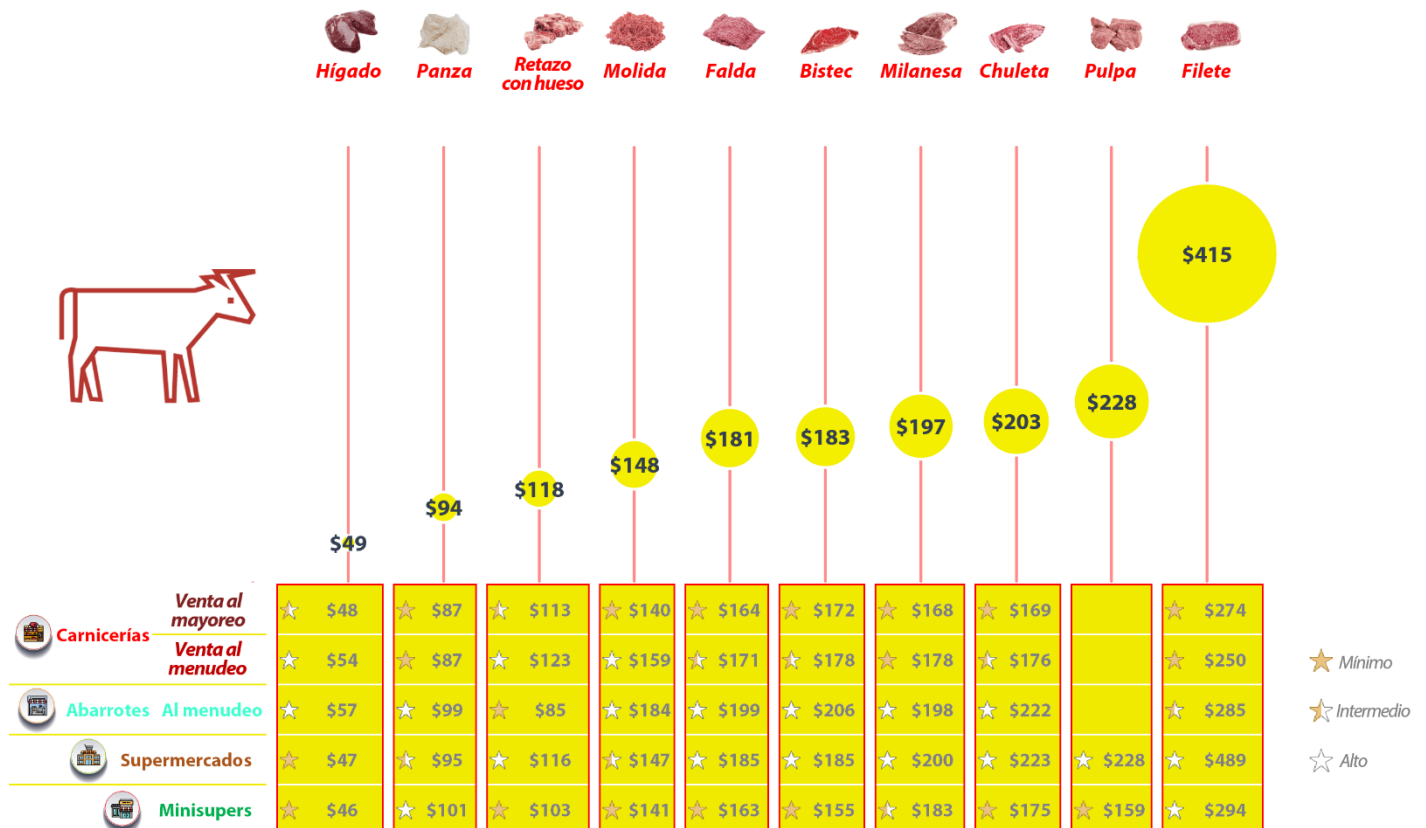
La chuleta y pulpa registraron precios de más de 200 pesos por kilo, aunque los filetes, incluso superan los 400 pesos.

Los precios de venta de las vísceras son similares entre los distintos puntos de venta. En cambio,

en los precios de las diversas piezas cárnicas se observan mayores diferenciales; por ejemplo, en bistec se registró una diferencia de 51 pesos entre el punto de venta de menor y mayor cotización, que corresponden a minisúper y abarrotes al menudeo.

La disimilitud de precios ofertados de los puntos de venta, están condicionados por los distintos aspectos que toman en cuenta esas unidades para fijarlos; como los son la calidad del corte, el origen, la zona de localización de los establecimientos, los márgenes de utilidad deseados en la venta, las promociones, la cantidad expedida, los costos de expendio, entre otros.















Precios de cárnicos de res en establecimientos de comercialización 2022 (Pesos por kilo)



Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.
Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

Precios de cárnicos de res en establecimientos de comercialización 2022

(Pesos por kilo)

		Hígado	Panza	Retazo con hueso	Molida	Falda	Bistec	Milanesa	Chuleta	Pulpa	Filete
											
Mínimo											
Intermedio											
Alto											
Centro		\$50	\$95	\$121	\$152	\$184	\$187	\$200	\$212	\$230	\$477
	CDMX	\$51	\$96	\$123	\$155	\$185	\$189	\$201	\$219	\$231	\$493
	Gro.	\$50	\$100	\$111	\$145	\$186	\$186	\$198	\$272	\$221	\$510
	Hgo.	\$53	\$91	\$117	\$146	\$156	\$172	\$198	\$147		\$426
	Mex.	\$50	\$94	\$122	\$150	\$183	\$186	\$200	\$205	\$228	\$465
	Mor.	\$49	\$94	\$119	\$153	\$182	\$183	\$206	\$228	\$230	\$443
	Pue.	\$52	\$93	\$118	\$150	\$185	\$181	\$199	\$211	\$233	\$503
	Tlax.	\$50	\$92	\$112	\$133	\$179	\$182	\$190	\$185		\$211
	Centro-Occidente		\$50	\$91	\$121	\$150	\$184	\$185	\$197	\$206	\$225
	Ags.	\$52	\$87	\$114	\$140	\$183	\$184	\$195	\$154		\$259
	Gto.	\$46	\$91	\$123	\$147	\$186	\$185	\$197	\$226		\$407
	Jal.	\$46	\$89	\$118	\$153	\$180	\$186	\$193	\$216		\$329
	Mich.	\$54	\$90	\$130	\$153	\$180	\$184	\$195	\$197	\$224	\$403
	Qro.	\$57	\$96	\$125	\$156	\$190	\$189	\$205	\$224	\$227	\$426
	SLP	\$53	\$91	\$115	\$154	\$183	\$181	\$200	\$214		\$446
Noreste		\$44	\$97	\$111	\$139	\$177	\$170	\$193	\$203	\$150	\$406
	Chih.	\$44	\$96	\$113	\$144	\$176	\$163	\$193	\$167	\$150	\$256
	Coah.	\$41	\$98	\$107	\$131	\$169	\$168	\$194	\$221		\$522
	Dgo.	\$41	\$93	\$105	\$122	\$173	\$164	\$176	\$153		\$500
	NL	\$59	\$99	\$116	\$139	\$184	\$167	\$197	\$227		\$377
	Tamps.	\$40	\$97	\$106	\$147	\$177	\$177	\$206	\$249		\$458
	Zac.	\$56	\$99	\$116	\$144	\$180	\$184	\$190	\$161		\$376
Noroeste		\$50	\$91	\$100	\$146	\$178	\$180	\$189	\$201	\$185	\$352
	BC	\$41	\$89	\$107	\$146	\$185	\$171	\$180	\$246		\$460
	BCS	\$51	\$90	\$106	\$142	\$178	\$184	\$191	\$184	\$185	\$505
	Sin.	\$62	\$96	\$85	\$185	\$192	\$191	\$195	\$199		\$245
	Son.	\$44	\$89	\$105	\$132	\$166	\$173	\$191	\$152		\$465
Sur-Sureste		\$51	\$93	\$114	\$145	\$177	\$182	\$192	\$180	\$177	\$365
	Camp.	\$50	\$87	\$120	\$146	\$175	\$180	\$188	\$176		\$300
	Chis.	\$44	\$101	\$113	\$151	\$179	\$179	\$190	\$151		\$314
	Oax.	\$54	\$91	\$111	\$141	\$181	\$186	\$195	\$291	\$230	\$487
	Q. Roo	\$45	\$94	\$112	\$145	\$184	\$182	\$195	\$204		\$455
	Tab.	\$52	\$96	\$117	\$141	\$178	\$184	\$190	\$168		\$307
	Ver.	\$57	\$92	\$113	\$145	\$170	\$178	\$190	\$195	\$159	\$365
	Yuc.	\$45	\$93	\$116	\$141	\$180	\$189	\$197	\$173		\$491

Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.

Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

La franja diferencial entre los precios de los productos cárnicos de cerdo con menores precios versus los más altos es menor comparado con el que presentan los de res. Lo anterior pondera la posibilidad para que el consumidor acceda a distintos cortes cárnicos de cerdo.

En 2022 un kilo de cabeza promedio un precio de 46 pesos. Por establecimiento de adquisición las abarroteras al por mayor ofertaron el menor precio (35 pesos el kilo) y las carnicerías de venta al menudeo el más significativo (49 pesos).

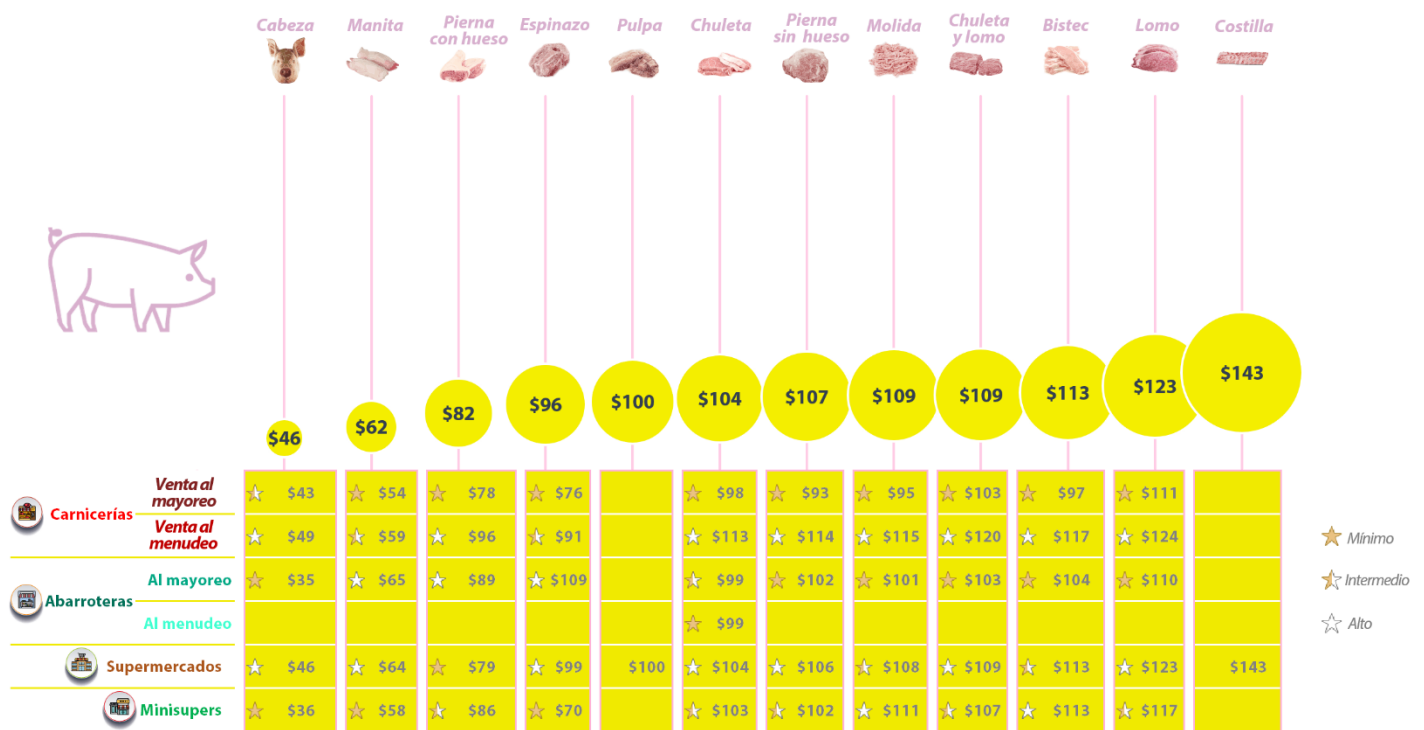
El lomo y costilla presentaron los precios de mayor significado: 123 y 143 pesos por kilo. En el

caso de lomo en las carnicerías de venta al por menor presentaron el precio más alto (124 pesos por kilo) y el menor en abarroteras al mayoreo (110 pesos).

También en la conformación del precio de venta al consumidor ponderan los procesos de adecuación de las piezas cárnicas y la valoración de los consumidores por ciertos cortes. Por ejemplo, la costilla, que es una pieza con cartilago, tejido y huesos, presenta un precio mayor al bistec. En el caso de las piernas existe un diferencial de precios de 25 pesos por kilo entre la deshuesada y con hueso.


















Precios de cárnicos de cerdo en establecimientos de comercialización 2022

(Pesos por kilo)



Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.
Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

Precios de cárnicos de cerdo en establecimientos de comercialización 2022 (Pesos por kilo)

Mínimo		Cabeza	Manita	Pierna con hueso	Espinazo	Pulpa	Chuleta	Pierna sin hueso	Molida	Chuleta y lomo	Bistec	Lomo	Costilla
Intermedio													
Alto													
	Centro	\$47	\$63	\$88	\$113	\$98	\$104	\$108	\$112	\$109	\$115	\$124	\$143
	CDMX	\$48	\$64	\$90	\$115	\$97	\$105	\$107	\$113	\$109	\$115	\$125	\$142
	Gro.	\$47	\$63	\$88	\$113	\$98	\$104	\$107	\$106	\$108	\$109	\$124	\$144
	Hgo.	\$54	\$61	\$81	\$116		\$107	\$112	\$115	\$117	\$114	\$123	
	Mex.	\$47	\$63	\$84	\$109	\$99	\$104	\$107	\$110	\$109	\$114	\$124	\$144
	Mor.	\$48	\$62	\$93	\$114	\$98	\$103	\$114	\$117	\$107	\$120	\$129	\$140
	Pue.	\$47	\$64	\$82	\$118	\$97	\$104	\$105	\$111	\$109	\$111	\$123	\$140
	Tlax.	\$44	\$59	\$101	\$101	\$96	\$101	\$103	\$103	\$110	\$109	\$125	\$145
	Centro-Occidente	\$45	\$62	\$86	\$98	\$105	\$107	\$110	\$111	\$111	\$115	\$123	\$143
	Ags.	\$43	\$61	\$82	\$93	\$97	\$108	\$108	\$107	\$111	\$113	\$122	\$141
	Gto.	\$44	\$61	\$80	\$89	\$111	\$107	\$109	\$111	\$109	\$114	\$123	\$144
	Jal.	\$42	\$62	\$92	\$94	\$97	\$107	\$107	\$107	\$111	\$112	\$119	\$144
	Mich.	\$48	\$64	\$98	\$118	\$108	\$110	\$116	\$120	\$115	\$119	\$127	\$143
	Qro.	\$48	\$65	\$81	\$110	\$99	\$105	\$114	\$117	\$110	\$120	\$128	\$143
	SLP	\$47	\$61	\$79	\$90	\$113	\$106	\$106	\$105	\$112	\$112	\$119	\$141
	Noreste	\$43	\$62	\$74	\$62	\$98	\$103	\$102	\$103	\$111	\$110	\$122	\$141
	Chih.	\$41	\$63	\$74	\$54	\$98	\$101	\$98	\$104	\$109	\$114	\$125	\$136
	Coah.	\$44	\$62	\$75	\$48		\$103	\$97	\$98	\$111	\$104	\$120	\$142
	Dgo.	\$38	\$57	\$69	\$66	\$98	\$99	\$96	\$97	\$105	\$103	\$117	\$147
	NL	\$45	\$59	\$79	\$53	\$97	\$101	\$103	\$102	\$111	\$110	\$120	\$143
	Tamps.	\$46	\$65	\$77	\$59	\$107	\$104	\$102	\$103	\$113	\$108	\$120	\$129
	Zac.	\$45	\$64	\$71	\$92	\$97	\$108	\$111	\$112	\$114	\$116	\$124	\$141
	Noroeste	\$42	\$60	\$80	\$67	\$98	\$100	\$97	\$99	\$103	\$103	\$117	\$147
	BC	\$39	\$54	\$75	\$47	\$98	\$96	\$100	\$108	\$102	\$109	\$115	\$148
	BCS	\$49	\$61	\$82	\$69	\$101	\$105	\$96	\$99	\$106	\$102	\$123	\$146
	Sin.	\$36	\$60	\$95	\$105	\$97	\$99	\$100	\$98	\$102	\$100	\$111	\$147
	Son.	\$39	\$60	\$77	\$43	\$98	\$98	\$96	\$94	\$99	\$106	\$114	
	Sur-Sureste	\$46	\$61	\$80	\$87	\$100	\$105	\$108	\$106	\$110	\$111	\$120	\$142
	Camp.	\$45	\$62	\$81	\$82	\$97	\$107	\$109	\$111	\$113	\$114	\$122	\$140
	Chis.	\$49	\$61	\$72	\$76	\$111	\$103	\$106	\$106	\$110	\$108	\$113	\$142
	Oax.	\$44	\$63	\$76	\$92	\$103	\$104	\$106	\$96	\$108	\$112	\$120	\$142
	Q. Roo	\$44	\$62	\$77	\$101	\$98	\$108	\$110	\$108	\$111	\$114	\$120	\$145
	Tab.	\$47	\$61	\$84	\$86	\$96	\$106	\$111	\$108	\$112	\$113	\$125	\$142
	Ver.	\$45	\$60	\$83	\$85	\$104	\$106	\$110	\$109	\$112	\$112	\$121	\$137
	Yuc.	\$43	\$60	\$72	\$116	\$97	\$99	\$103	\$98	\$105	\$105	\$119	\$144

Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.

Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

De acuerdo con los datos de la fuente de referencia el pollo entero y la pierna con muslo son los productos con menor precio de venta al consumidor mientras que los trozos fileteados son los de mayor monto. También resulta interesante referir que un kilo de pollo entero es 8 pesos mayor a un kilo de pierna con muslo. Este diferencial se relaciona con la preferencia de un segmento de consumidores por la adquisición de pollo fresco de producción interna.

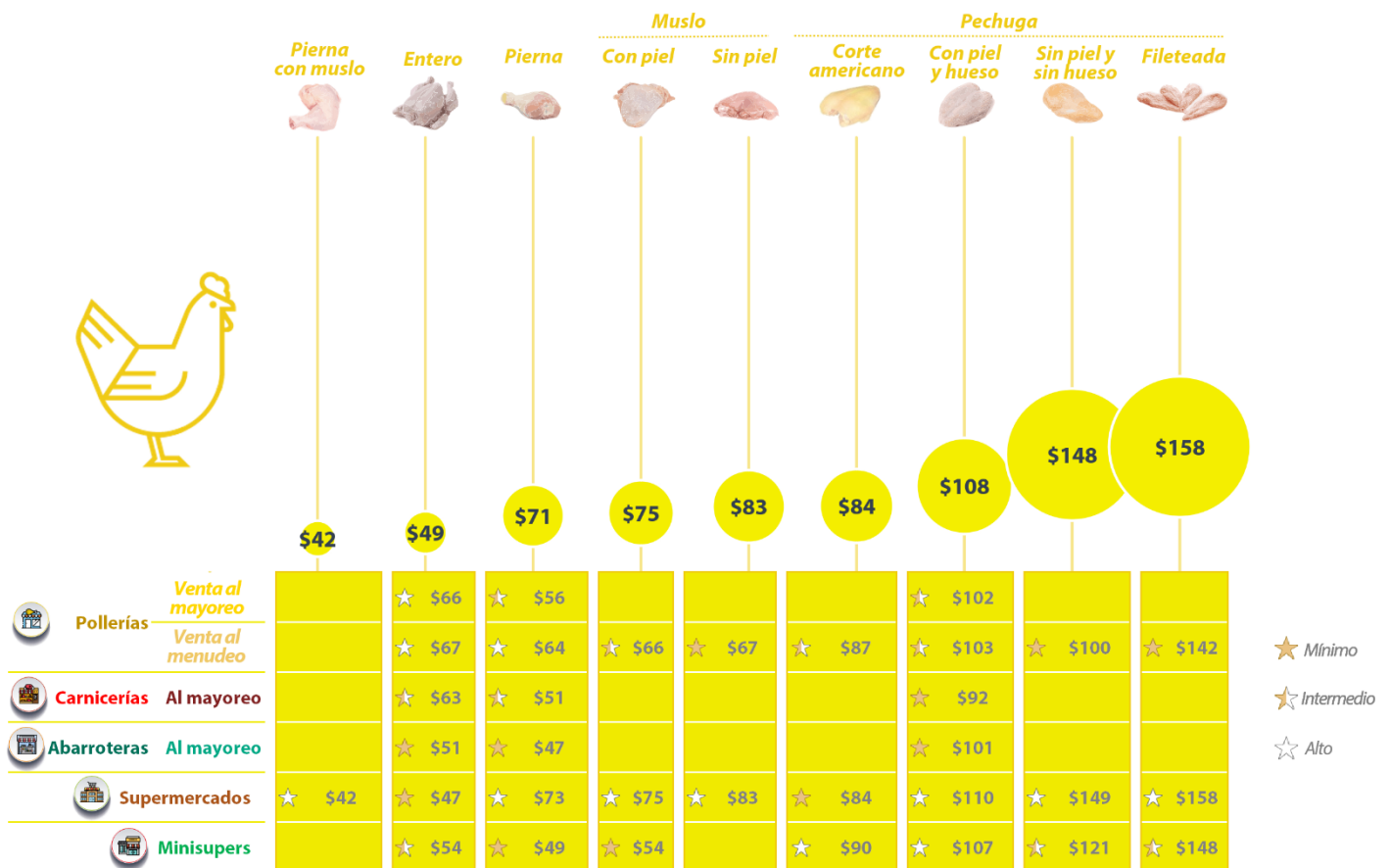
En la franja que va de los 71 a 83 pesos por kilo se encuentran las piezas del llamado cuarto trasero, del pollo. Durante 2022 un kilo de pierna resultó

4 pesos menor respecto del que presentó el muslo con piel. A su vez, el muslo con piel vale 8 pesos menos del que no la tiene.

La pechuga registra los mayores precios de venta final por el hecho de ser la pieza con más tejido muscular y de mayor preferencia de compra. No obstante, los diferentes cortes de la pechuga presentan significativos diferenciales entre ellos. Por ejemplo, en 2022 el precio de un kilo de pechuga en filete resultó 75 pesos mayor al de un kilo de pechuga corte americano. Y la diferencia entre el precio de pechuga deshuesada y sin piel versus la pechuga con piel y hueso cifró 40 pesos.















Precios de cárnicos de pollo en establecimientos de comercialización 2022

(Pesos por kilo)



Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.
Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

Precios de cárnicos de pollo en establecimientos de comercialización 2022 (Pesos por kilo)

Mínimo Intermedio Alto				Muslo		Pechuga				
										
Centro										
	\$45	\$49	\$72	\$75	\$83	\$84	\$110	\$149	\$160	
	CDMX	\$46	\$49	\$73	\$76	\$83	\$84	\$112	\$150	\$160
	Gro.	\$47	\$47	\$72	\$74	\$84	\$83	\$109	\$153	\$170
	Hgo.		\$60	\$71	\$71	\$79	\$76	\$98	\$122	\$159
	Mex.	\$43	\$49	\$72	\$75	\$83	\$84	\$109	\$150	\$158
	Mor.	\$43	\$50	\$69	\$73	\$81	\$83	\$106	\$154	\$161
	Pue.	\$45	\$47	\$71	\$73	\$81	\$82	\$109	\$139	\$164
	Tlax.	\$39	\$47	\$72	\$73	\$80	\$82	\$104	\$148	\$157
Centro-Occidente										
	\$43	\$52	\$73	\$75	\$82	\$84	\$111	\$151	\$163	
	Ags.	\$44	\$52	\$69	\$72	\$80	\$83	\$109	\$144	\$161
	Gto.	\$42	\$51	\$74	\$75	\$81	\$84	\$108	\$152	\$159
	Jal.	\$44	\$55	\$75	\$75	\$82	\$84	\$117	\$152	\$165
	Mich.	\$42	\$52	\$74	\$73	\$80	\$85	\$109	\$145	\$156
	Qro.	\$41	\$50	\$74	\$76	\$84	\$85	\$114	\$155	\$169
	SLP	\$45	\$54	\$71	\$75	\$83	\$84	\$107	\$155	\$169
Noreste										
	\$35	\$48	\$67	\$75	\$83	\$88	\$108	\$148	\$156	
	Chih.	\$32	\$46	\$56	\$48	\$82	\$95	\$108	\$131	\$142
	Coah.	\$34	\$47	\$63	\$76	\$81	\$93	\$90	\$146	\$147
	Dgo.	\$34	\$49	\$63	\$72	\$72	\$91	\$116	\$147	\$163
	NL	\$31	\$47	\$71	\$78	\$90	\$95	\$113	\$161	\$157
	Tamps.		\$50	\$72	\$73	\$83	\$83	\$112	\$147	\$157
	Zac.	\$42	\$50	\$75	\$75	\$81	\$85	\$110	\$157	\$165
Noroeste										
	\$42	\$52	\$61	\$71	\$85	\$87	\$104	\$139	\$147	
	BC	\$44	\$51	\$55	\$70	\$88	\$91	\$104	\$130	\$146
	BCS	\$41	\$56	\$77	\$76	\$85	\$82	\$114	\$150	\$162
	Sin.	\$42	\$54	\$48	\$80	\$85	\$87	\$94	\$119	\$157
	Son.	\$42	\$48	\$65	\$66	\$80	\$95	\$102	\$130	\$139
Sur-Sureste										
	\$37	\$48	\$69	\$72	\$81	\$80	\$101	\$143	\$156	
	Camp.	\$35	\$50	\$67	\$72	\$83	\$77	\$106	\$148	\$152
	Chis.	\$33	\$53	\$75	\$74	\$81	\$80	\$91	\$148	\$165
	Oax.	\$37	\$46	\$71	\$73	\$79	\$81	\$108	\$142	\$155
	Q. Roo	\$43	\$46	\$69	\$71	\$81	\$85	\$108	\$141	\$153
	Tab.	\$36	\$46	\$71	\$75	\$81	\$78	\$102	\$139	\$161
	Ver.	\$36	\$47	\$66	\$73	\$80	\$79	\$97	\$140	\$156
	Yuc.	\$37	\$47	\$69	\$71	\$81	\$80	\$103	\$143	\$138

Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.

Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

Entre las carnes frías, las salchichas observan los menores precios de venta. A nivel nacional durante 2022 un kilo del producto cifró un precio promedio de 65 pesos, asimismo, el diferencial del que registraron los establecimientos de menor y mayor costo alcanzó 40 pesos.

La longaniza presentó el segundo menor precio con un promedio de 99 pesos por kilo. En este producto las abarroteras de venta al menudeo ofrecieron el precio más conveniente al consumidor (79 pesos el kilo) mientras que las carnicerías de venta al menudeo el de mayor monto (104 pesos).

En una franja de precios que van desde los 100 a los 125 pesos el kilo se encuentran la mortadela, el tocino, la chuleta ahumada, el jamón mixto y el

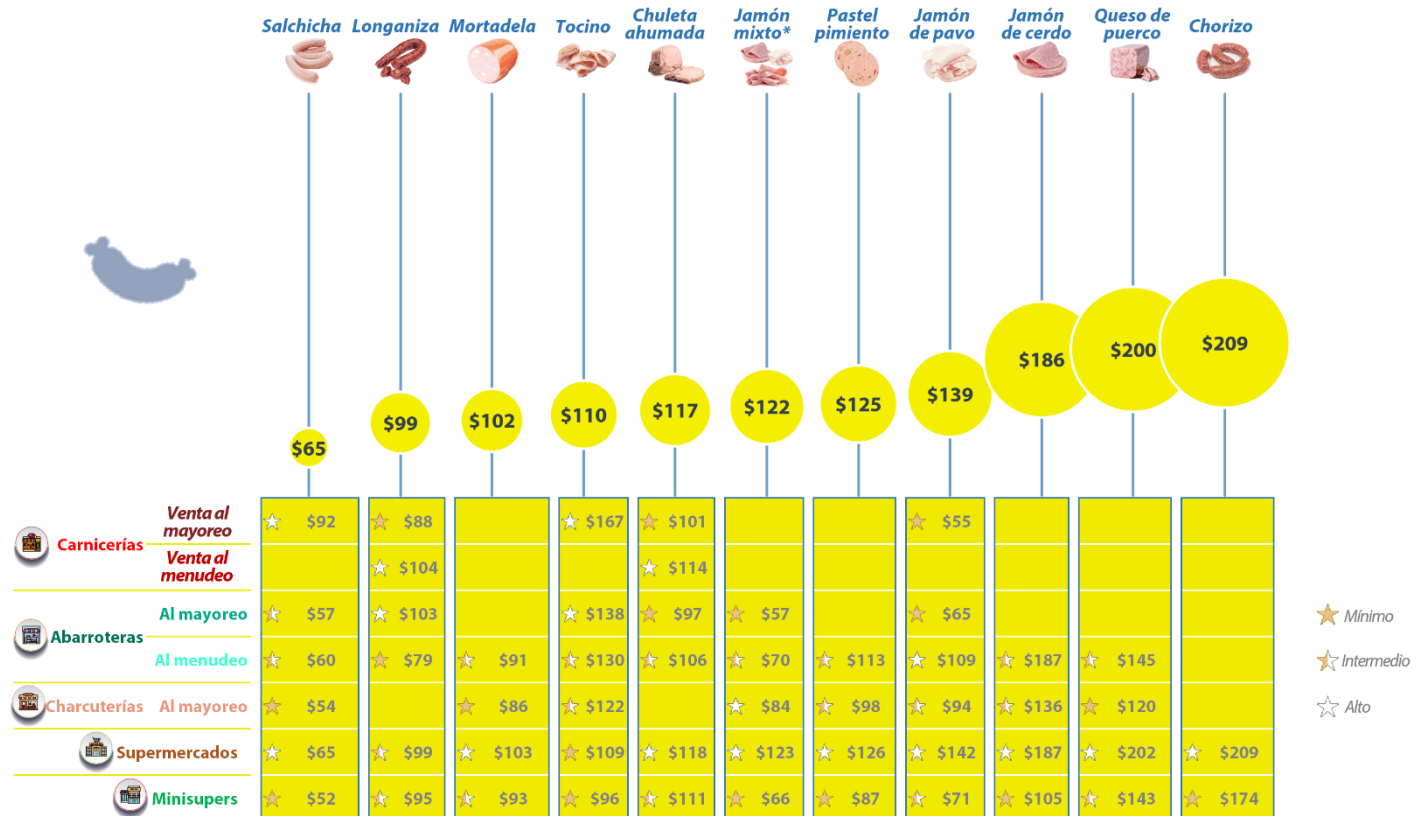
pastel pimiento. En este segmento destaca el tocino por registrar el mayor diferencial de precio unitario (70 pesos) entre el establecimiento de menor y mayor precio.

Entre los jamones, el de cerdo alcanzó el mayor precio por kilo (186 pesos), el cual presenta un diferencial de 47 pesos versus del de pavo y 64 pesos respecto del mixto. En general, los precios ofrecidos en los supermercados suelen ser los más altos en comparación con los de otros puntos de venta.

El queso de puerco y el chorizo son productos alcanzaron precios promedio por arriba de 200 pesos el kilo, ese nivel se encuentra ponderado por los precios de venta que registran los supermercados.

Precios de carnes frías en establecimientos de comercialización 2022

(Pesos por kilo)








Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.

* De carne de cerdo y pavo.

Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.

Precios de carnes frías en establecimientos de comercialización 2022

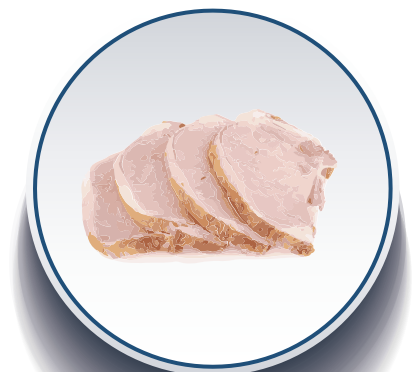
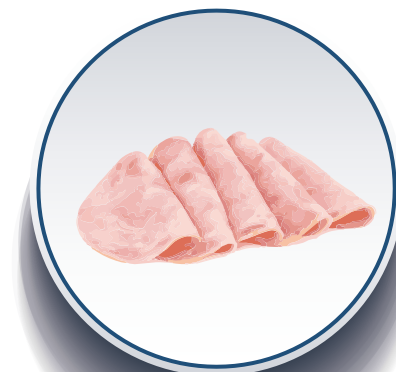
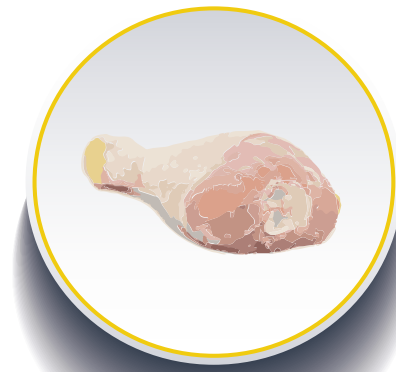
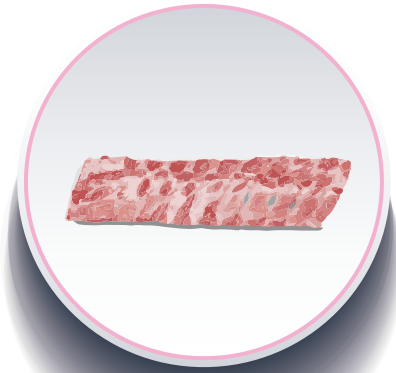
(Pesos por kilo)

		<i>Salchicha</i>	<i>Longaniza</i>	<i>Mortadela</i>	<i>Tocino</i>	<i>Chuleta ahumada</i>	<i>Jamón mixto*</i>	<i>Pastel pimiento</i>	<i>Jamón de pavo</i>	<i>Jamón de cerdo</i>	<i>Queso de puerco</i>	<i>Chorizo</i>
	Mínimo											
	Intermedio											
	Alto											
	Centro	\$67	\$103	\$102	\$118	\$118	\$130	\$124	\$149	\$189	\$200	\$209
	CDMX	\$67	\$105	\$102	\$116	\$118	\$131	\$125	\$150	\$190	\$202	\$209
	Gro.	\$55	\$76	\$118	\$93	\$117	\$109	\$130	\$89	\$145	\$215	\$218
	Hgo.	\$66	\$110	\$110	\$111	\$115	\$129	\$122	\$139	\$184	\$192	\$208
	Mex.	\$68	\$104	\$101	\$123	\$117	\$132	\$123	\$150	\$189	\$199	\$209
	Mor.	\$69	\$93	\$104	\$101	\$120	\$115	\$126	\$150	\$192	\$204	\$214
	Pue.	\$59	\$102	\$105	\$123	\$117	\$121	\$122	\$143	\$185	\$202	\$207
	Tlax.	\$59	\$78	\$89	\$98	\$115	\$123	\$149	\$121	\$179	\$185	\$204
	Centro-Occidente	\$62	\$88	\$102	\$104	\$117	\$109	\$128	\$134	\$186	\$199	\$209
	Ags.	\$65	\$89	\$106	\$102	\$114	\$112	\$122	\$127	\$183	\$198	\$211
	Gto.	\$63	\$81	\$105	\$102	\$116	\$119	\$128	\$127	\$179	\$204	\$212
	Jal.	\$59	\$91	\$98	\$105	\$115	\$94	\$130	\$141	\$190	\$188	\$201
	Mich.	\$61	\$94	\$102	\$98	\$123	\$103	\$117	\$129	\$186	\$206	\$207
	Qro.	\$66	\$95	\$106	\$106	\$121	\$128	\$134	\$137	\$189	\$205	\$212
	SLP	\$59	\$76	\$105	\$105	\$116	\$79	\$133	\$140	\$196	\$214	\$212
	Noreste	\$64	\$84	\$104	\$103	\$115	\$101	\$127	\$118	\$175	\$197	\$207
	Chih.	\$62	\$111	\$99	\$103	\$112	\$88	\$119	\$86	\$130	\$202	\$201
	Coah.	\$66		\$105	\$109	\$114	\$113	\$130	\$120	\$169	\$197	\$204
	Dgo.	\$61	\$76	\$107	\$107	\$109	\$104	\$130	\$96	\$176	\$192	\$208
	NL	\$63	\$74	\$103	\$99	\$119	\$96	\$124	\$115	\$177	\$194	\$197
	Tamps.	\$65	\$79	\$104	\$103	\$117	\$112	\$131	\$129	\$182	\$198	\$210
	Zac.	\$65	\$87	\$106	\$103	\$119	\$104	\$131	\$137	\$182	\$204	\$208
	Noroeste	\$62	\$81	\$105	\$110	\$115	\$88	\$123	\$113	\$182	\$207	\$206
	BC	\$71	\$96	\$100	\$113	\$111	\$103	\$117	\$126	\$204	\$214	\$217
	BCS	\$64	\$74	\$107	\$117	\$118	\$92	\$124	\$122	\$173	\$201	\$202
	Sin.	\$48	\$95		\$92	\$101	\$43		\$43	\$75		
	Son.	\$60		\$90	\$101	\$116	\$78	\$122	\$105	\$186	\$211	\$205
	Sur-Sureste	\$64	\$97	\$105	\$99	\$116	\$120	\$125	\$134	\$183	\$201	\$209
	Camp.	\$62	\$96	\$104	\$97	\$114	\$116	\$121	\$126	\$184	\$199	\$211
	Chis.	\$57	\$100	\$108	\$102	\$116	\$102	\$126	\$116	\$178	\$196	\$199
	Oax.	\$71	\$91	\$99	\$101	\$120	\$120		\$147	\$187	\$196	\$210
	Q. Roo	\$66	\$101	\$106	\$102	\$117	\$124	\$127	\$139	\$190	\$207	\$213
	Tab.	\$65	\$104	\$109	\$96	\$120	\$123	\$125	\$128	\$180	\$200	\$209
	Ver.	\$64	\$96	\$104	\$97	\$113	\$117	\$127	\$133	\$174	\$194	\$207
	Yuc.	\$58	\$87	\$108	\$100	\$113	\$119	\$126	\$131	\$186	\$224	\$206

Nota: Los precios refieren a un promedio simple de los datos semanales.

* De carne de cerdo y pavo.

Fuente: COMECARNE a partir de la Base de Datos Histórica Quién es Quién en los Precios 2022 de la PROFECO.





Notas

Cesta alimentos

Conjunto de productos alimentarios en los cuales los hogares efectuaron un gasto monetario para su adquisición. En el presente documento se definieron nueve grupos de productos alimentarios a partir de los conceptos del *Catálogo de gastos* de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Los grupos definidos son:

- Carnes
- Cereales
- Lácteos
- Huevos
- Aceites y grasas
- Endulzantes y dulces
- Aromáticos y aderezos
- Frutas y vegetales
- Pescados y mariscos

Para el detalle de los conceptos que forman parte de cada grupo ver la Tabla de cesta alimentaria y de cárnicos.

Cesta cárnica

Conjunto de productos cárnicos en los cuales los hogares efectuaron un gasto monetario para su adquisición. En el presente documento se definieron siete subconjuntos de productos cárnicos a partir de los conceptos del *Catálogo de gastos* de la ENIGH, la consideración del producto según la especie animal de origen y su pertenencia a grupo de productos cárnicos denominado "Carnes frías". Los grupos definidos son:

- Cárnicos de cabra
- Cárnicos de cerdo
- Carnes frías
- Cárnicos de ovino
- Cárnicos de pollo
- Cárnicos de res
- Cárnicos de otras especies

Para el detalle de los conceptos que forman parte de cada subconjunto ver la *Tabla de cesta alimentaria y de cárnicos*.

Consumidores de proteína cárnica

Universo de personas que conforman los hogares donde se declaró la realización de erogaciones monetarias para la compra de los productos la *Cesta cárnica*.

Decil de hogar

Designación de pertenencia a una categoría de un subconjunto de los hogares de la ENIGH cuando su universo se ha dividido en diez partes iguales. El ingreso corriente total trimestral muestral de cada hogar en la ENIGH corresponde a la categoría cuantitativa para designación del decil, de manera que el primer decil corresponde a los hogares con los menores ingresos y el los del decil X a los hogares con los mayores ingresos.

Hogares consumidores de proteína cárnica

Universo de unidades domésticas donde sus integrantes realizaron un gasto monetario para la compra de productos de la cesta cárnica durante el periodo de referencia de los datos recopilados en la ENIGH. Este universo excluye el segmento de hogares con autoconsumo de productos cárnicos y aquellos que indicaron no adquirir cárnicos durante la semana de referencia de la información de la encuesta.

Ingreso trimestral

Flujo monetario que percibieron los integrantes del hogar durante un lapso determinado por diferentes conceptos. En el documento *Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México* el ingreso por decil corresponde al ingreso corriente trimestral de un subconjunto de hogares; en particular de los hogares que efectuaron un gasto monetario en la adquisición de productos cárnicos definidos en la *Cesta cárnica* durante el periodo de referencia de la encuesta. Por tal motivo, los valores del ingreso promedio trimestral de los indicadores del documento difieren de los resultados públicos que la fuente difunde en sus *Tabulados predefinidos*, en estos los resultados corresponden al universo total de hogares.

Localidad de residencia

Todo lugar ocupado con uno o más inmuebles, este lugar es reconocido por un nombre dado por la ley o la costumbre. La urbana tienen una población igual o mayor a 2 mil 500 habitantes o es cabecera municipal, y la localidad rural tienen una población menor a 2 mil 500 habitantes y no son cabeceras municipales.

Lugar de adquisición, compra o comercialización

Denominación del espacio o unidad de comercialización donde los consumidores habitualmente compran los productos adquiridos. En el documento se definió la presentación de los resultados en seis categorías:

- Carnicerías
- Pollerías
- Charcuterías
- Abarrotes
- Supermercados
- Minisupers

Las categorías se definieron a partir de los conceptos del lugar de compra considerados en la ENIGH, la clase de actividad comercial del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y el giro del establecimiento comercial de colección de los precios de los productos cárnicos por la Procuraduría Federal del Consumidor. Para referencia ver *Tabla de lugar de adquisición*.

Periodo de referencia del gasto

De acuerdo con la fuente, los datos del gasto de la ENIGH están referidos a las erogaciones estandarizadas durante el periodo del 11 de agosto al 18 de noviembre de cada año. En ese sentido, en el documento cuando se mencione o se indique trimestre trimestral, periodo o lapso se está refiriendo al corte temporal antes indicado. Asimismo, para una comparación del comportamiento inter temporal de los flujos monetarios del gasto en términos reales estos se determinaron a precios de 2022.

Regiones

Delimitación geográfica definida por la Administración Pública Federal a partir del conjunto del espacio de las entidades federativas de México. Ver Tabla de regiones geográficas.

Tabla de cesta alimentaria y de cárnicos

Corresponde a la operativización de los conceptos de gasto del *Catálogo de gastos* de la ENIGH en la Cesta alimentaria y Cesta cárnica que COMECARNE consideró para efectos del análisis del documento *Mercado Consumidor de Proteína Cárnica en México*, por esta razón las cifras de los indicadores que se presentan en el primer y segundo capítulo del documento son diferentes en los resultados públicos que la fuente difunde en sus *Tabulados predefinidos*, asimismo, porque los indicadores de las cestas alimentarias corresponden solo a de los *Hogares consumidores de proteína cárnica*.

Derivado del reducido número de observaciones muestrales en el grupo de cárnicos de oveja, cabra y otras especies, no se presentan resultados para las variables de gasto por decil y cesta de productos.

Tabla de cesta alimentaria y de cárnicos

Cesta alimentaria y cárnica COMECARNE	Producto en Catálogo de la ENIGH
Carnes	
Cabra	A064 Chivo y cabrito
Cerdo	A038 Bistec de puerco (de cualquier parte que se saque) A039 Pierna de puerco en trozo A040 Pulpa de puerco en trozo A041 Molida de puerco A042 Costilla y chuleta de puerco A043 Espaldilla de puerco A044 Codillo de puerco A045 Carne de otras partes del puerco A046 Visceras de puerco A048 Chicharrón de puerco A199 Carnitas
Frías	A049 Chorizo con cualquier condimento y color y longaniza A050 Chuleta ahumada de puerco A052 Jamón de puerco A053 Mortadela, queso de puerco y salami, bolonia de carnes surtidas A054 Lardo procesado (tocino) A055 Salchichas y salchichón A062 Chorizo de pollo, jamón y nugget, salchicha, mortadela, etcétera
Ovino	A063 Borrego y carnero
Pollo	A057 Pierna, muslo o pechuga de pollo con hueso A058 Pierna, muslo o pechuga de pollo sin hueso A059 Pollo entero o en piezas (excepto, pierna, muslo y pechuga) A060 Visceras y otras partes del pollo A200 Pollo rostizado
Res	A025 Bistec de res (de cualquier parte que se saque) A026 Arrachera, filete A027 Milanesa de res A028 Chamorro de res A029 Chuleta de costilla de res A030 Agujas, aldilla, chambarete, diezmillito, espinazo, fajilla de res para asar, retazo, tampiqueña A031 Cocido de res A032 Cortes especiales de res A033 Hamburguesas de res para asar A034 Molida de res A035 Pulpa de res en trozo A036 Carne de otras partes de la res A037 Visceras de res
Otras	A047 Carne enchilada A051 Machaca y carne seca A056 Otras carnes procesadas, cueritos A061 Otras aves A065 Otras carnes: caballo, conejo, iguana, jabalí, rana, tortuga, venado A201 Barbacoa y birria
Cereales	
Arroz	A019 Arroz en grano A020 Otros productos de arroz
Maíz	A001 Maíz en grano (de todo tipo y color) A002 Harina de maíz, maicena, fécula, nixtamalizada para tortillas, para atole y harina para tamales A003 Masa de maíz (de todo tipo y color) A004 Tortilla de maíz (de todo tipo y color) A005 Tostadas, raspadas, tostitos, totopos, tlayudas A006 Otros productos de maíz (excepto cereal)
Otros	A021 Cereal de maíz, de trigo, de arroz, de avena, de granola, etcétera A022 Botanas: frituras, palomitas, cheetos, doritos etcétera (excepto papas) A023 Sopas instantáneas A024 Otros cereales (excepto cereal) A195 Cereal de arroz, avena, plátano, manzana, mixto para bebé
Trigo	A007 Harina de trigo A008 Tortilla de harina A009 Pasta para sopa A010 Galletas dulces

Cesta alimentaria y cárnica COMECARNE	Producto en Catálogo de la ENIGH
	A011 Galletas saladas
	A012 Pan blanco: bolillo, telera, baguete, etcétera
	A013 Pan dulce en piezas (de todo tipo)
	A014 Pan dulce empaquetado
	A015 Pan para sándwich, hamburguesa, hot dog y tostado
	A016 Pasteles y pastelillos en piezas o a granel, pastel casero
	A017 Pasteles y pastelillos empaquetados
	A018 Trigo en grano, otros productos de trigo (excepto cereal)
Lácteos	
	Crema
	A089 Crema
	Fermentados
	A091 Bebidas fermentadas de leche
	Leche
	A075 Leche pasteurizada de vaca
	A076 Leche condensada
	A077 Leche evaporada
	A078 Leche en polvo entera o descremada
	A079 Leche modificada o maternizada
	A080 Leche no pasteurizada (leche bronca)
	A081 Otras leches: de burra, de cabra, de soya
	Mantequilla
	A090 Mantequilla
	Otros
	A092 Otros derivados de la leche
	Quesos
	A082 Queso amarillo en rebanadas o para untar
	A083 Queso añejo y cotija
	A084 Queso chihuahua
	A085 Queso fresco
	A086 Queso manchego
	A087 Queso oaxaca o asadero
	A088 Otros quesos
Huevos	
	Gallina
	A093 Huevo de gallina blanco y rojo
	Otras
	A094 Otros huevos: codorniz, pata, pava etcétera
Aceites y grasas	
	Aceites
	A095 Aceite vegetal: canola, cártamo, girasol, maíz, etcétera
	A096 Aceite de coco, oliva, soya
	A100 Otros aceites: de bacalao, de tiburón, de tortuga, enjundia
	Grasas
	A097 Margarina
	A098 Manteca de puerco
	A099 Manteca vegetal
Endulzantes y dulces	
	Azúcares y mieles
	A173 Azúcar blanca y morena
	A174 Miel de abeja
	A175 Otras azúcares y mieles
	Chocolate
	A180 Chocolate en tableta
	A181 Chocolate en polvo
	A182 Otros chocolates
	Dulces
	A205 Flanes, gelatinas y pudines en polvo
	A206 Cajetas, dulces de leche, jamoncillos y natillas
	A207 Ates, crema de cacahuete, jaleas, mermelada
	A208 Helados, nieves y paletas de hielo
	A209 Otras golosinas, canasta de dulces
Aromáticos y aderezos	
	Aderezos
	A186 Concentrados de pollo, tomate, camarón y res
	A187 Mayonesa
	A188 Mole en pasta o en polvo
	A189 Mostaza
	A191 Sal
	A192 Salsas dulces y picantes
	A193 Vinagre
	A194 Otros aderezos, especias y salsas, vainilla
	Café

Cesta alimentaria y cárnica COMECARNE	Producto en Catálogo de la ENIGH
Espicias	A176 Café tostado en grano molido
	A177 Café tostado soluble, capuchino
Té	A183 Canela
	A184 Clavo
	A185 Yerbas de olor
	A190 Pimienta
Frutas y vegetales	A178 Flor y hojas para té
	A179 Té soluble (cualquier sabor)
Frutas	A147 Anona, chirimoya, guanábana
	A148 Cereza, frambuesa, fresa, zarzamora
	A149 Chabacano, durazno, melocotón
	A150 Chicozapote y mamey
	A151 Ciruela y jobo
	A152 Guayaba
	A153 Lima
	A154 Limón
	A155 Mandarina, nectarina, tangerina
	A156 Toronja
	A157 Mango
	A158 Manzana y perón
	A159 Melón
	A160 Naranja
	A161 Papaya
	A162 Pera
	A163 Piña
	A164 Pitahaya y tuna
	A165 Plátano macho y de castilla
	A166 Plátano verde y tabasco
	A167 Otros plátanos (chiapas, dominico, guineo, manzano, dorado, portalimón y roatan)
A168 Sandía	
A169 Uva	
A170 Otras frutas: garambullo, granada, higo, jícama, kiwi, etcétera, arreglo frutal	
A171 Frutas en almibar y conserva	
A172 Frutas cristalizadas, enchiladas y secas	
Hongos	A203 Hongos frescos: champiñones, huitlacoche y setas
Jugos	A197 Jugos de frutas y verduras de cualquier combinación para bebé
Leguminosas	A137 Frijol en grano
	A138 Garbanzo en grano
	A139 Haba amarilla o verde en grano
	A140 Lenteja en grano
	A141 Otras leguminosas en grano
	A142 Frijol procesado
Semillas	A143 Otras leguminosas procesadas
	A144 Semillas a granel
Tubérculos	A145 Semillas envasadas
	A146 Semillas procesadas, soya texturizada
	A101 Betabel y camote
Verduras	A102 Papa
	A103 Rábano
	A104 Otros tubérculos
	A105 Harina para puré de papa
	A106 Papas fritas en bolsa o a granel
	A107 Acelgas, espinacas y verdolagas, quintolines, quelites y pipica
A108 Aguacate	
A109 Ajo	
A110 Brócoli	
A111 Calabacita y calabaza	
A112 Cebolla	
A113 Chayote	
A114 Chicharo	
A115 Chile jalapeño	
A116 Chile poblano	
A117 Chile serrano	
A118 Otros chiles	
A119 Cilantro	
A120 Col y repollo	
A121 Ejote	
A122 Elote	

Cesta alimentaria y cárnica COMECARNE	Producto en Catálogo de la ENIGH
	A123 Epazote
	A124 Jitomate
	A125 Lechuga
	A126 Nopal
	A127 Pepino
	A128 Perejil y yerbabuena
	A129 Tomate verde
	A130 Zanahoria
	A131 Otras verduras, pápalo, aceitunas, flor de calabaza, chaya
	A132 Germinados de maíz, de soya, de trigo, de alfalfa
	A133 Chiles envasados
	A134 Chile secos o en polvo
	A135 Verduras y legumbres envasadas, aceitunas, verduras escurtidas
	A136 Verduras y legumbres congeladas
Pescados y mariscos	
	Mariscos
	A072 Camarón fresco
	A073 Mariscos frescos
	A074 Mariscos procesados
	Pescados
	A066 Pescado entero limpio y sin limpiar
	A067 Filete de pescado
	A068 Atún enlatado
	A069 Salmón y bacalao procesado
	A070 Pescado ahumado, seco, nugget, sardina, etcétera
	A071 Anguilas, angulas, hueva de pescado, mantarraya, pejelagarto, etcétera

Tabla de lugar de adquisición

Lugar de compra COMECARNE	Catálogo de la ENIGH	Clase de actividad comercial del DENU	Giro comercial de la PROFECO
Mercado	Mercado Tianguis o mercado sobre ruedas	No aplica	Mercado
Abarroteras	Tiendas de abarrotos	431110 Comercio al por mayor de abarrotos 461110 Comercio al por menor en tiendas de abarrotos, ultramarinos y misceláneas	Tiendas de abarrotos
Carnicerías	Tiendas específicas del ramo	431121 Comercio al por mayor de carnes rojas 461121 Comercio al por menor de carnes rojas	Central de abasto
Pollerías	Tiendas específicas del ramo	461122 Comercio al por menor de carne de aves 431122 Comercio al por mayor de carne de aves	Central de abasto
Charcuterías	Tiendas específicas del ramo	431170 Comercio al por mayor de embutidos 461150 Comercio al por menor de leche, otros productos lácteos y embutidos	Central de abasto
Supermercados	Supermercados Tiendas departamentales Tiendas con membresía	462111 Comercio al por menor en supermercados	Supermercados Tienda de autoservicio
Minisupers	Tiendas de conveniencia	462112 Comercio al por menor en minisupers 464112 Farmacias con minisúper	Farmacias Tienda de conveniencia
Otros	Cafeterías Compras fuera del país Diconsas Internet Lechería Liconsa Loncherías, fondas, torterías, cocinas económicas, cenadurías Persona particular Pulquería, cantina o bar Restaurantes Vendedores ambulantes	No aplica	No aplica

Tabla de regiones geográficas

Región	Entidad	Acrónimo
Centro	México	Mex.
	Ciudad de México	CDMX
	Puebla	Pue.
	Guerrero	Gro.
	Hidalgo	Hgo.
	Morelos	Mor.
	Tlaxcala	Tlax.
Centro-Occidente	Jalisco	Jal.
	Guanajuato	Gto.
	Michoacán	Mich.
	San Luis Potosí	SLP
	Querétaro	Qro.
	Aguascalientes	Ags.
Noreste	Colima	Col.
	Nuevo León	NL
	Chihuahua	Chih.
	Tamaulipas	Tamps.
	Coahuila	Coah.
	Durango	Dgo.
Noroeste	Zacatecas	Zac.
	Baja California	BC
	Sinaloa	Sin.
	Sonora	Son.
	Nayarit	Nay.
Sur-Sureste	Baja California Sur	BCS
	Veracruz	Ver.
	Chiapas	Chis.
	Oaxaca	Oax.
	Tabasco	Tab.
	Yucatán	Yuc.
	Quintana Roo	Q. Roo
Campeche	Camp.	

Fuentes de información

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Microregistros del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

Microregistros de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Nueva serie., 2016, 2018, 2020 y 2022.

Procuraduría Federal del Consumidor

Microregistros de los Datos abiertos del Programa Quién es Quién en los Precios 2022.

Canales de comunicación del COMECARNE

¡Visítanos, conócenos y afiliate!



www.comecarne.org



Consejo Mexicano
de la Carne



Consejo Mexicano
de la Carne



@Consejomexcarne



Contacto

+52 (55) 5589 7771

consejo@comecarne.org

Macarena Hernández Márquez
DIRECTORA GENERAL

macarenahernandez@comecarne.org

Adriana Ballesteros Lozada
GERENCIA DE NORMATIVIDAD Y ASUNTOS
SANITARIOS

adrianaballesteros@comecarne.org

Extensión 205

Martha Morales Villegas
GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

administración@comecarne.org

Extensión 209

Hugo Valadez Martínez
GERENCIA DE VINCULACIÓN

hugovaladez@comecarne.org

Extensión 203

Ernesto Salazar Castillo
GERENCIA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y COMERCIO

estudios@comecarne.org

Extensión 204

Consejo Mexicano de la Carne

MERCADO CONSUMIDOR DE PROTEÍNA CÁRNICA EN MÉXICO

