

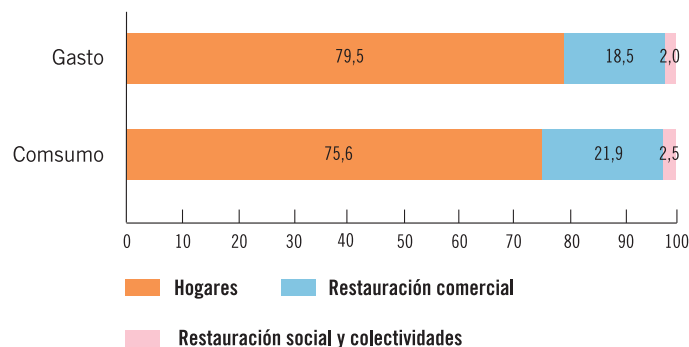
Consumo de jamón en España

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

El jamón es un producto que tradicionalmente ha sido demandado por los consumidores españoles y, por tanto, ha resultado habitual en su cesta de la compra. En la actualidad, cada español consume al año cerca de 3,2 kilos de jamón destacando especialmente la demanda en el hogar (en torno al 76% del total). La variedad existente en la calidad y presentación de este producto supone que la demanda se fragmente y que los distintos tipos de jamón cuenten con una participación diferente tanto en consumo como en gasto, tal y como refleja el gráfico 2. En el *Monográfico sobre carne y embutidos*, elaborado por el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM), los consumidores destacan su preferencia en la demanda de jamón curado frente a otros fiambres (jamón york, chopped) o embutidos (chorizo, salchichón). No obstante, también indican que el precio es más elevado en los jamones y paletas. Atendiendo a los sellos y marcas de calidad de fiambres, embutidos y jamón curado, casi la mitad de los consumidores admite conocer alguno (los principales mencionados en el trabajo de campo son jamón de Guijuelo, jamón Dehesa de Extremadura, jamón de Huelva y jamón de Teruel).

De forma específica para los productos ibéricos, cerca de la mitad de su consumo se asocia al jamón (cuadro 1). La demanda se eleva considerablemente en el mes de diciembre y los precios también experimentan un ascenso en este mes. Así pues, el jamón ibérico está presente en el 5% de los hogares a lo largo del año (asciende al 8% en diciembre) con una media de consumo anual de 0,04 kilos por persona y mes (se eleva a 0,14 kilos en diciembre).

Gráfico 1
Reparto del consumo y gasto de jamón. Porcentaje

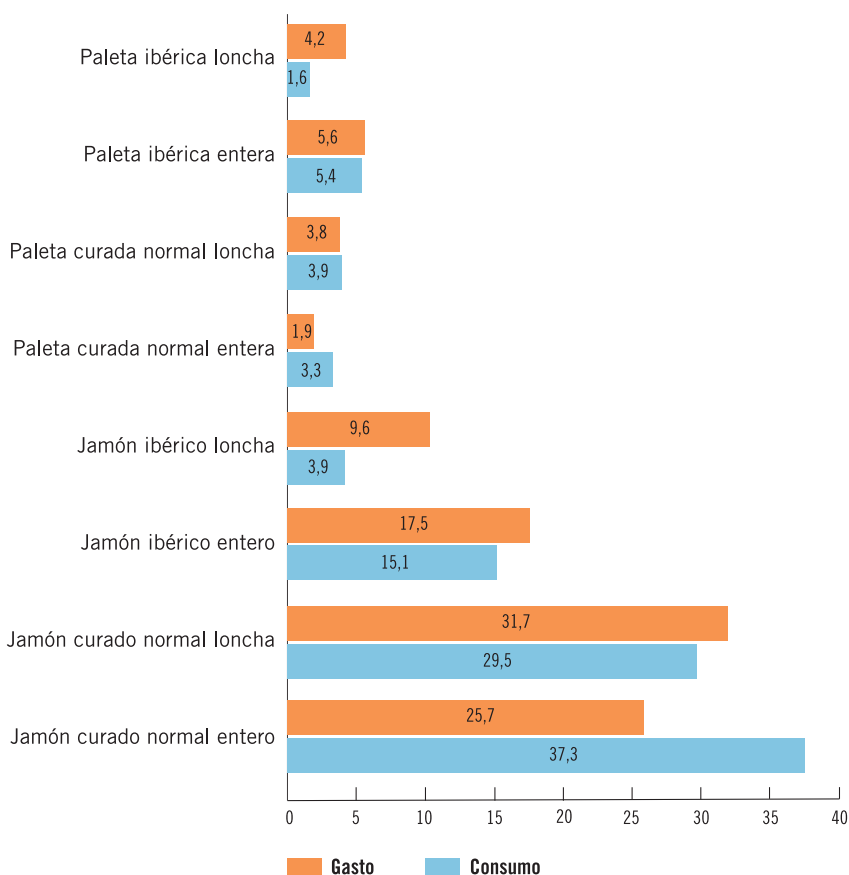


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.



Tienda de alimentación en Figueras. Girona.

Gráfico 2
Consumo y gasto por variedades de jamón. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

La comercialización de jamones y paletas se extiende fuera del mercado español. Las estrategias para distribuir estos productos son variadas: venta conjunta con otros productos cárnicos, oferta en la restauración especializada en cocina española, posicionamiento en supermercados e hipermercados con área delicatessen o utilización de prescriptores locales de prestigio (cocineros y hoteles, principalmente). Las principales barreras para comercializar el jamón fuera de España están en el desconocimiento de este producto, la competencia de otras carnes curadas como el *prosciutto* o *speck* y el elevado precio de venta.

A modo de ejemplo, durante el año 2009, las exportaciones de jamón ibérico se incrementaron en más de un 10% y llegó a comercializarse este producto en cerca de 90 países (se estima que se distribuyeron unos 200.000 jamones ibéricos). Casi el 90% de estas exportaciones se orientó hacia Alemania y Francia aprovechando la buena valoración que existe de este producto (básicamente por su consumo durante las visitas turísticas a España). Otros países importadores de jamones y paletas curados y deshuesados son Portugal, Suiza, Suecia, Rusia, Reino Unido, Países Bajos, Noruega o México.

Diferencias territoriales

El consumo de jamón cuenta con distintas particularidades en España (cuadro 2). Por ejemplo, las diferencias regionales en la demanda suponen una divergencia de 2 kilos per cápita entre los individuos con un mayor consumo (Asturias) y los que tienen el menor (Islas Baleares). Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Asturias, La Rioja y Navarra están por encima de la media nacional en el consumo de jamón, mientras que Islas Baleares, Comunidad de Madrid, Extremadura, Castilla y León, Galicia, Cantabria, País Vasco y Canarias están por debajo.

El municipio de residencia se convierte



Badajoz.

Cuadro 1**Consumo de jamón ibérico en España**

- 9 de cada 10 españoles acostumbran a comer jamón ibérico en el hogar, siendo éste el lugar donde se consume más frecuentemente.
- El consumo del jamón ibérico presenta una marcada estacionalidad con una demanda superior en Navidad y otra, menos acusada, en las vacaciones de verano.
- Los momentos de consumo más habituales para este producto son el aperitivo y la cena.
- La demanda de jamón ibérico fuera del hogar también es habitual entre la población española (3 de cada 4 individuos).
- El consumo de jamón se asocia a un entorno distendido (por ejemplo, “ir de tapas”), así como al prestigio del producto en comidas y cenas.
- 3 de cada 4 hogares compran jamón ibérico sin DO.
- Las compras de jamón ibérico se reparten, principalmente, entre comercio especializado, supermercados e hipermercados.
- Un 46% de los consumidores prefiere comprar la pieza entera y luego cortarlo a cuchillo, un 30% demanda jamón al corte; y un 15% lo prefiere loncheado.
- Sabor, textura, aspecto y olor son los factores más importantes para comprar jamón ibérico.
- El factor precio es el más significativo para consumir otros tipos de jamón diferentes al jamón ibérico.
- En general, las DO. no son tenidas especialmente en cuenta por los consumidores cuando compran jamón ibérico debido a su desconocimiento respecto a las mismas.
- Las marcas son el factor menos importante a la hora de seleccionar jamón ibérico.
- A pesar de tratarse de un alimento recurrente en la cesta de la compra del consumidor español, existe un gran desconocimiento sobre los tipos, características y calidades del jamón.
- En general, el consumidor demanda al vendedor productos con una buena relación calidad-precio y escucha el consejo del vendedor.

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

en una variable importante en cuanto al consumo de jamón, puesto que existe una diferencia de 0,5 kilos entre la cantidad demandada por un individuo que vive en un municipio con menos de 2.000 habitantes y otro que reside en una ciudad entre 100.000 y 500.000 habitantes. La demanda de jamón también está condicionada por la edad del consumidor, de tal manera que los más jóvenes cuentan con un consumo inferior a la media y los mayores están por encima. A modo de ejemplo, puede plantearse que existe una diferencia de casi 2 kilos en el consumo de jamón entre una persona menor de 35 años y otra mayor de 65 años.

Características por hogares

El consumo de jamón decrece en los hogares que cuentan con menor nivel de ingresos; esto es, en los hogares de renta alta y media alta existe un consumo casi un 25% superior a la media nacional, mientras que en los hogares de renta baja la diferencia es negativa y se cuantifica en un -20%. La condición laboral del en-

cargado de realizar las compras también resulta determinante para el consumo per cápita de jamón; en este caso, cuando la persona está activa existe una minoración del consumo per cápita con respecto a la media (-0,4 kilos).

Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños supone un menor consumo per cápita de jamón; por ejemplo, en los hogares sin niños se alcanzan 3 kilos por persona, mientras que en los hogares con niños de 6 a 15 años no se sobrepasa 1,5 kilos. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de jamón, suponiendo un consumo per cápita mayor en los hogares unipersonales (a partir de 4 personas empieza a contarse con una desviación negativa con respecto a la media).

En función de la conformación de los hogares, se atiende a una amplia casuística en la demanda de jamón. Con carácter general, los hogares de parejas adultas sin hijos cuentan con el consumo más significativo, mientras que sucede lo contrario en las parejas con hijos pequeños. Aparece un consumo por encima de la

media en hogares de jóvenes independientes, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados.

La comercialización de jamones y paletas presenta situaciones variadas conforme a las características del producto. Conforme a los datos del MARM en el *Monográfico sobre fiambres, embutidos y jamón curado*, un 62,5% de los distribuidores comercializa jamón curado al corte, un 16,1% embarquetado, un 16,6% por piezas y un 4,8% envasado al vacío.

Con carácter general, esta familia se canaliza fundamentalmente a través de los supermercados (38,5%) y del comercio especializado (29,3%), puesto que el hipermercado (15,6%) y el resto de canales (16,5%) cuentan con menor representatividad. El gráfico 3 detalla la amplia casuística de comercialización de jamones y paletas en el mercado español, aunque puede destacarse que por piezas o enteros se utilizan básicamente canales alternativos a los convencionales (29,7%); para el producto loncheado, el jamón curado normal y la paleta curada normal se recurre en mayor medida al

Luz de freno adaptativa



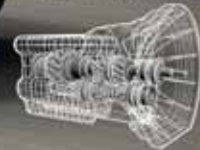
Motor CDI eficiente



Sistema de estabilización del remolque



Eco gear / Eco cambio



Ahora tu Sprinter desde sólo 17.450 €*.

No importa el tamaño de la carga, siempre quedará espacio para la máxima eficiencia.

Alimentos, herramientas, material de construcción... da igual qué carga transportes, en tu Sprinter siempre quedará espacio para la máxima eficiencia. Porque gracias a su nueva transmisión ECO, la Sprinter establece los estándares en economía de consumo de combustible. Además, su nuevo motor diésel de 4 cilindros permite ahorrar 1,3 litros cada 100

kilómetros e incluso más si contamos con el resto de las prestaciones de la furgoneta. Así, no sólo minimizas el impacto sobre el medioambiente, sino también sobre la economía de tu empresa. Porque la Sprinter no es sólo la furgoneta más eficiente del mercado, es también la inversión más eficiente para tu negocio.

www.mercedes-benz.es

*Precio del modelo Sprinter 210 CDI Compacta Furgón. Transporte, impuestos y preentrega no incluidos. Oferta válida hasta fin de stock de vehículos.



Mercedes-Benz

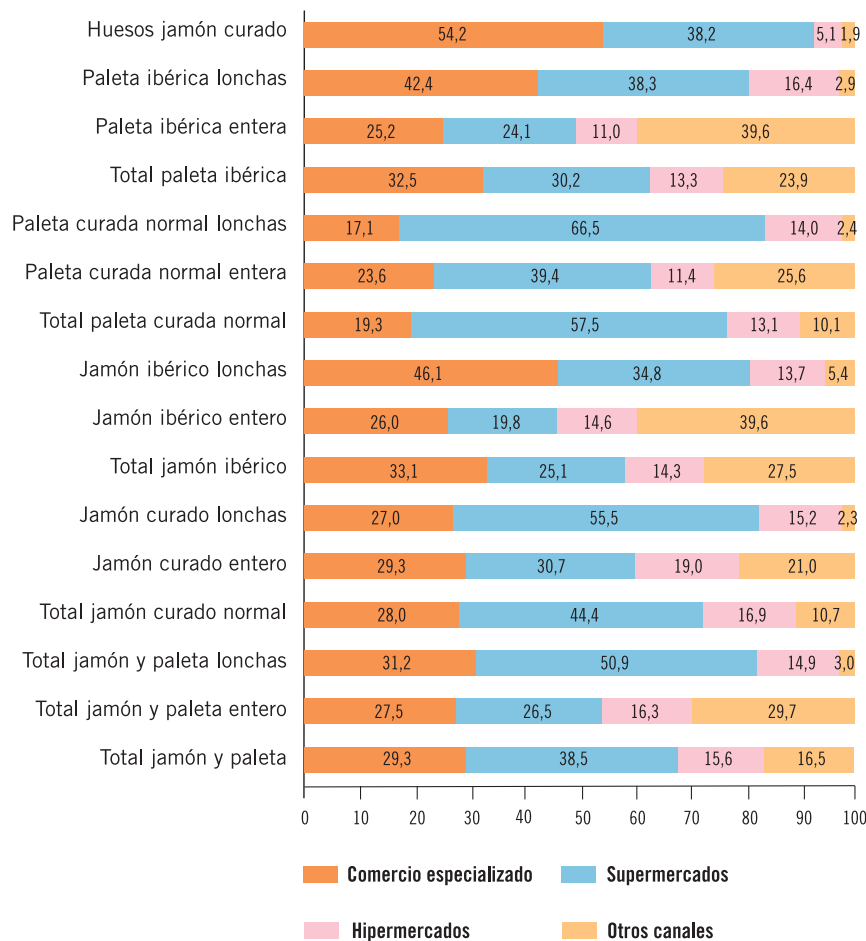
Cuadro 2

Consumo de jamón en función de las características de los hogares

		CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA	CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA
CLASE SOCIAL	Alta y media alta	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	Media	Jamón normal, jamón ibérico, Paleta ibérica	Paleta normal
	Media baja	Jamón normal, paleta ibérica	Jamón ibérico, paleta normal
	Baja	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
COMPOSICIÓN DEL HOGAR	Sin niños	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	Niños < 6 años	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	Niños 6-15 años	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
SITUACIÓN MERCADO LABORAL	Activa	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	No activa	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
EDAD	< 35 años	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	35-49 años	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	50-64 años	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	> 65 años	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
TAMAÑO DEL HOGAR	1 persona	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	2 personas	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	3 personas	Jamón ibérico, paleta normal	Jamón normal, paleta ibérica
	4 personas	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	5 y más personas	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
TAMAÑO MUNICIPIO RESIDENCIA	< 2.000 habitantes	Jamón normal	Jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	2.000-10.000 habitantes	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	10.001-100.000 habitantes	Paleta normal, paleta ibérica	Jamón normal, jamón ibérico
	100.001-500.000 habitantes	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal	Paleta ibérica
> 500.000 habitantes	Jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	Jamón normal	
TIPOLOGÍA HOGAR	Jóvenes independientes	Jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	Jamón normal
	Parejas jóvenes sin hijos	Jamón ibérico, paleta ibérica	Jamón normal, paleta normal
	Parejas con hijos pequeños	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	Parejas con hijos edad media	—	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica
	Parejas con hijos mayores	Jamón normal, jamón ibérico, Paleta normal, paleta ibérica	—
	Hogares monoparentales	Paleta ibérica	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal
	Parejas adultas sin hijos	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
	Adultos independientes	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—
Retirados	Jamón normal, jamón ibérico, paleta normal, paleta ibérica	—	

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Gráfico 3
Cuotas de distribución de jamón. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.



Tienda y secadero.Trevélez.Granada.

supermercado (50,9%, 44,4% y 57,5%, respectivamente), y para el jamón ibérico, la paleta ibérica y los huesos de jamón curado se acude principalmente al comercio especializado (33,1%, 32,5% y 54,2%, respectivamente).

Finalmente, conviene apuntar que la demanda de jamón cuenta con otra vía complementaria en el canal de alimentación fuera del hogar. En este caso, destacan los siguientes aspectos:

- La restauración comercial concentra el 89,5% del consumo de jamón y paleta fuera del hogar y el 90,7% del gasto efectuado en esta familia de productos. Los porcentajes restantes de con-

sumo y gasto se vinculan con la restauración social y colectividades.

- Por tipo de establecimiento, los bares y cafeterías canalizan el 49% del jamón consumido fuera del hogar, mientras que los restaurantes y los hoteles también tienen un participación significativa (32% y 15,4%, respectivamente).
- Atendiendo a las áreas geográficas de Nielsen, mayor consumo relativo de jamón se asocia al Área 3 (Andalucía y Extremadura) con un 22,5%, al Área 1 (Cataluña, Aragón y Baleares) con un 16,5% y al Área Metropolitana de Barcelona con un 11,8%.
- El aprovisionamiento de jamones y pa-

letas para los establecimientos de restauración se realiza fundamentalmente a través de los mayoristas (71,3% de la cuota) y de los fabricantes (18,1%). El resto de canales (cash and carry, libre-servicio y comercio especializado) tiene una menor importancia. ■

■■■
(Para ampliar esta información: *Alimentación en España* en www.mercasa.es).