

El mercado de los productos del Cerdo Ibérico

Antonio Paz Sáez. CSIC. Madrid

Tradicionalmente la producción española de carne de cerdo (casi enteramente coincidente con la oferta de la misma) venía dada por la obtenida de dos agrupaciones étnicas autónomas: el grupo ibérico, en todos sus tipos (las dos formas negras vinieron siendo las dominantes) y el grupo celta, heterocigote en sí mismo y que daba lugar a una variada población híbrida constituida, bien por cruces entre los diversos tipos, bien con razas extranjeras (recuérdese el llamado «Chato de Vitoria», formada por los tipos celtas autóctonos y la raza francesa de Craon).

Tan heterogénea población porcina se distribuía por todo el país sin olvidar aportaciones de razas foráneas (la Large White se viene dando en Galicia por lo menos desde hace 70 años, y otro tanto puede decirse para la Berk-

shire, por aquel entonces, en Murcia), pero, en conjunto, venía caracterizada por dos hechos: largo período de explotación —no menor del año— y alto rendimiento graso (en ocasiones superior al 50%, como corresponde a canales de alto peso), a lo que hay que añadir una producción fuertemente estacionalizada.

Este último hecho determinaba que una gran parte del consumo se realizaba en forma de elaborados, algunos de los cuales llegaron a alcanzar un sitio propio en el mercado (jamones de Trévelez y Avilés, lacón gallego, chorizo de Cantimpalos, salchichón de Vich...) de forma privilegiada; de tal manera que, tradicionalmente, dentro del escaso nivel que alcanzaba el consumo total de carne (en 1935 se llegaba a los 13 kg), el correspondiente a la carne de cerdo venía a suponer el

44-46%, de cuya proporción algo más del 50% correspondía al de productos elaborados en su gran mayoría del grupo de los curados ya que el resto venía dado casi exclusivamente por morcilla y salchichas frescas, las cuales, como es lógico, tenían un consumo estacional, de acuerdo con la matanza (entre octubre y abril se daba el 90% de la producción de carne de cerdo).

Tal situación se correspondía con un predominio total —algo más del 81%, según datos de Polo Jover— de las poblaciones porcinas autóctonas señaladas, de la que la mayoría correspondía a los tipos ibéricos, incluyendo a sus híbridos, que tradicionalmente venían a superar el 50%.

La situación cambia, aproximadamente, al comenzar la segunda parte de la década de los años 50, de forma que en 1960 la población de cerdo ibérico, incluyendo los híbridos, escasamente sobrepasaba el 30% del porcino total, y el grupo céltico no llegaba al 20%, mientras el censo iba aumentando a expensas de razas de cerdos precoces —Large White, Landrace y Pietrain, las de mayor frecuencia, seguidas a distancia por otras como el Blanco Belga y la Duroc.

El cambio tuvo como origen las nuevas preferencias del consumo que, paulatinamente pero con rapidez, fue abandonando el tipo tradicional de alimentación para dirigirse hacia los productos de origen animal entre los que la carne ocupó el primer puesto, y cuyo motor fue el sucesivo incremento que vinieron teniendo los ingresos de la población (para el período 1954-59, puede estimarse en un 4% anual como media) y el bajo consumo de carne de que se partía (en el promedio 1955/56, puede estimarse en unos 18 kg/año/cabeza).

Ese cambio de orientación no pudo ser seguido por la producción interior, dando origen a un movimiento de importación tratando de paliar la tensión de precios como consecuencia del



Los elaborados procedentes del cerdo ibérico pueden concretarse en el jamón, paleta y lomos.

tirón de la demanda; en consecuencia, se estaba creando una coyuntura favorable para la producción animal, pero al no poder ser seguida a corto plazo por el vacuno y ovino, se produce la entrada a la intensificación del pollo y el cerdo (con alguna anterioridad se había dado para los huevos).

Las tendencias del consumo se siguen incrementando durante los años 60 y los primeros de los 70 (entre 1960 y 1970, el consumo de carne, kg/cápita, creció un 126%), pero por lo que corresponde al cerdo tales aumentos de demanda no podían ser cubiertos por los tipos porcinos tradicionales, tanto menos cuanto que de forma concomitante al aumentar el consumo éste se fue cualificando, al exigir cada vez carne menos grasa y más tierna, lo que lleva a una crisis en las razas autóctonas, y hace que la explotación porcina a escala nacional cambie radicalmente su estructura alternándose el sistema de producción, la localización geográfica (Cataluña llega a colocarse en cabeza en detrimento de Extremadura y Andalucía Occidental que tradicionalmente ocuparon el primer puesto), y los nuevos tipos porcinos dominan los censos, tanto más cuanto que el desarrollarse los sistemas de integración éstos introducen formas híbridas para la fase de cebo, cambiando totalmente la población porcina hasta entonces habitual (Paz Sáez y Hernández Crespo, 1988).

En el caso del grupo étnico celta, en la gran mayoría de los casos —el ejemplo puede ser Galicia— resultó relativamente fácil una sencilla sustitución, pero ello no era posible para la población ibérica del Oeste peninsular; y no lo era porque el grueso censal venía ligado a la explotación de las dehesas, por consiguiente la desaparición del cerdo ibérico —como vino sucediendo en la agrupación celta— suponía una drástica baja en la rentabilidad de las dehesas, aún más si se tiene en cuenta que a la altura de 1960 ya no era posible la explotación de otras producciones como habían venido siendo las leñas, carbón vegetal o la bellota para consumo humano; por tanto, la crisis del cerdo ibérico, producida por su rechazo como animal de carnecería, suponía la crisis de la dehesa, mostrando el importantísimo hecho de que cerdo y dehesa constituyen una unidad bastante insoluble (Paz, 1975).



Como ibérico sólo puede considerarse el animal que, al menos, tenga una proporción del 50% de genes de tal procedencia.

La recusación del cerdo ibérico como animal de verdeo ciertamente determinó la desaparición de los de este tipo en todo el área de la mitad sur y este, retrayéndolo al ámbito de la zona de las dehesas occidentales, lo que determinó que el descenso censal no fuese tan sólo relativo por el incremento de los otros tipos introducidos, si no que se da en términos absolutos, y si se pudo mantener durante el período 1955-1965 fue porque en su área específica resultó el elemento esencial para la rentabilidad de las dehesas, aunque fuese mantenida a bajo nivel; lo que hace presumir, como ya expusimos respecto a las fluctuaciones coyunturales (Paz Sáez, 1975) que se dé un censo mínimo, bastante inerte, mantenedor de la explotación de la dehesa.

En la década de los 60 se dio una aceleración del consumo de carne, esencialmente como producto fresco, en el que, pese a que las mayores preferencias eran —y continúan siendo— para la carne de vacuno, por razón de las relaciones de precios, los mayores incrementos hacia mediados de la década se dieron para la de pollo y cerdo, sobre todo la primera que llegó a tener un crecimiento verdaderamente torrencial que fue lo que determinó, básicamente, los sensibles aumentos que vinieron teniendo los niveles de consumo para el total de carne.

Como queda dicho, entrados los años 60 apoyada en el sucesivo aumen-

to de los ingresos, pese a la inflación de la época, se va desarrollando una sucesiva cualificación de la demanda, tendencia que hace que el consumo llegue a considerar los productos derivados del cerdo ibérico como altamente cualificados.

En realidad la dinámica del proceso no fue simple y, en resumen, consistió en que al ir aumentando el poder de compra, si bien el cerdo blanco con su precocidad pudo cubrir los sucesivos incrementos para la carne fresca, no sucede igual para los elaborados (en cierta proporción de origen rural), por lo que el crecimiento de la demanda empezó a ser cubierto por jamones de corta curación que paulatinamente han ido pasando a ser de consumo masivo, en razón de su nivel de precios. La diferencia de calidad resultaba tan palpable que ante el crecimiento de los ingresos fue bastante rápido el desarrollo de una propensión hacia el consumo de elaborados de tipo tradicional, revalorizándose así el ibérico, en primer lugar y de modo preferente, lo que constituyó el motivo primordial para el mantenimiento, si bien bastante retraídos, de los efectivos de cerdo ibérico, cuando el resto de la población porcina autóctona entraba en trance de desaparición.

Realmente la preferencia del consumo era una vuelta hacia los productos tradicionales (jamón, paleta, lomo y embutido), lo que sucede es que la producción en su forma clásicamente

usual no puede seguir el abastecimiento de un mercado creciente y continuo, situación que aprovecha la industria, llegando a quedar la típica producción rural como forma totalmente marginal. Esta preferencia cualitativa hacia los elaborados clásicos ponía de relieve que la cualificación básicamente depende de tres factores fundamentales: a) la genética del animal; b) el sistema de explotación; c) período y forma de maduración.

El reconocimiento del peso que la genética tiene en la calidad del producto elaborado lleva a reconocer la insuficiencia del efectivo mantenido sobre el área de las dehesas, lo que terminó:

- a) El tratar de ganar precocidad y rebajar el rendimiento graso, lo que se aborda por doble camino: 1.º Preferencia en la explotación de los tipos colorados recusando las dos variedades negras (entre los tipos retintos y los negros la proporción de grasa puede llegar mínimamente a ser un 5% menor en los primeros, y referido a la variedad negra lampiña puede sobrepasar el 8%. 2.º Hibridación con la raza Duroc como factor de precocidad, pero que conlleva el riesgo de la pérdida de la pureza genética de las estirpes ibéricas, de lo que ya advirtió Vera y Vega a comienzos de los años 70 ante la generalización de tales cruces.
- b) La evidencia de que, aún dentro de los tipos ibéricos, la calidad de los productos curados procedentes de animales cebados en montanera presentaban una mejor cualificación, hizo aparecer en el mercado tres tipos de cerdo, diferenciados claramente por la cuantía de sus cotizaciones: 1.º Cerdos terminados en montanera, sacrificados al final de la misma. 2.º Cerdos recebados, obtenidos por los que a la salida de la montanera no alcanzan un mínimo de 13 arrobas (suele pedirse entre 14-15 arrobas de peso vivo). 3.º Cerdos obtenidos por completo, desde el destete, por cebo a pienso.
- c) El desarrollo de las tendencias señaladas estructuraron el mercado de forma polarizada en torno a un gran volumen —y, además, de sentido creciente— de elaborados de

consumo masivo, y, por otro lado, un volumen reducido globalmente de alta cualificación, encabezado por los elaborados procedentes de cerdo ibérico (en estos momentos del orden del 2%), proceso por el que se produce, por un lado, la desaparición del mercado de la mayor parte de las antiguas procedencias como Avilés, montaña de Lugo o Trévez (últimamente se ha tratado de revalorizar ésta), a la vez que se fueron incrementando en importancia las denominaciones de Jabugo, Montánchez y Guijuelo, como suministradores de las mejores piezas en jamones y paletas.

Por otra parte al polarizarse el mercado queda una zona intermedia de demanda no satisfecha por la escasa cualificación de los elaborados, esencialmente jamón, de consumo de masas, y el alto precio del jamón, paleta y lomo, procedentes de cerdo de montanera; todo lo cual viene a mostrar la posibilidad de cubrir un sector del mercado con los productos de tipo tradicional (el clásico jamón serrano y el chorizo y longaniza con alto grado de curación), y aunque, de hecho, éste tipo de producto estuvo siempre presente en el mercado, lo cierto es que ya en la década de los 70 se va abriendo paso una producción de elaborados con características análogas a los tradicionales, cuyo prototipo más conocido puede ser el jamón de Teruel, para el que en 1984 se pidió la D.O., y aunque todavía no ha alcanzado un gran peso en el mercado a escala nacional, lo que es palpable es la existencia de un sector del mercado demandante de este tipo de elaborados clásicos, situados entre los de ibérico de alta cualificación —y el precio más alto— y los comunes de consumo masivo.

Los elaborados procedentes del cerdo ibérico pueden concretarse en el jamón, paleta y lomos, y aunque el resto de la canal suministra la base cárnica para la elaboración de embutidos (chorizos, morcón, salchichón), no son éstos los productos más apreciados por el consumo, aunque sí discriminados en precio, respecto a las mejores calidades de los embutidos usuales (globalmente el consumo de chorizo, y sus formas afines, viene siendo decreciente).

Por consiguiente son los tres primeros productos señalados los que dan la primacía cualitativa a los elaborados procedentes de ibérico, y, por lo común, se solicitan por una designación geográfica, y a este respecto es preciso señalar: la procedencia de tales piezas, primordialmente, es doble, el núcleo industrial de Guijuelo (esencialmente constituido por Guijuelo, Ladrada y Campillo) y el de Jabugo (formado por éste, Cumbres Mayores y Cortegana), cubriendo entre ambos alrededor del 80% de la producción nacional total de jamón, paleta y lomo de cerdo ibérico, pero advirtiendo que la producción de Guijuelo, y su entorno, casi dobla a la del núcleo onubense.

Si junto con ello, se tiene en cuenta que, como queda dicho, las variedades negras del cerdo ibérico (lampiña y entrepelada) retroceden ante los tipos colorados y retintos, se llega a concluir que las expresiones populares «jamón de Jabugo» y «jamón de pata negra», carecen bastante de sentido; es más, la denominación usual «jamón de Jabugo» hay que entenderla en sentido genérico —sinónimo de ibérico— y no específico.

El resto de las procedencias vienen a suponer entre el 15 y el 20%, y alguna de ellas alcanza alto aprecio en el mercado, como es el caso de Montánchez. De cualquier forma, ello muestra que el proceso de curación resulta fundamental en el aprecio del mercado, que vendría dado, en la actualidad, por las condiciones ambientales de los lugares de procedencia (Sierra de Béjar-Guijuelo-Sierra de Aracena, Jabugo, Montes de Toledo-Montánchez), lo que viene a poner de relieve dos hechos:

- 1.º Se da un tráfico de piezas, demostrando por que las salidas de los puntos de origen no coinciden con la matanza. Es obvio que la calidad expresada por una procedencia determina una corriente de piezas cárnicas para su curación en tales lugares. El problema surge ante la posibilidad de que piezas curadas en un punto se coloquen en el mercado como procedentes de otro lo que hace tomar toda su importancia a las D.O. (en la actualidad existe la de Guijuelo, y en trámite la de Jerez de los Caballeros— en la Sierra de

Jerez, a espaldas de Aracena), sabiendo que, a este respecto, la denominación de origen garantiza una calidad, lo que, por una parte, no quiere decir que no se den calidades tan buenas en piezas sin denominación y, por otra, el que la denominación implique una homogeneidad completa de las piezas —jamones—, lo que no es factible dada la variabilidad genética y la explotación de los animales.

2.º Se plantea el problema de si la tecnología puede suplantar el proceso natural de maduración, lo que implica cuestiones bromatológicas y de técnica industrial en las que no podemos entrar, pero sí hay que decir que para el jamón de cerdo blanco precoz, la tecnología moderna ha logrado calidades bastante aceptables, pero no, cuando menos a plazo medio, cabe esperar el que se logre una calidad, para el cerdo de montanera, semejante al jamón de 560 días en curación natural; la alteración de los procesos enzimáticos y químicos, su aceleración o acortamiento llevan a una maduración más o menos diferente, lo que redundará en una distinta calidad.

3.º La D.O. sólo tiene sentido cuando se da una cierta uniformidad en cuanto genética y explotación del animal y la curación de las piezas, comprendiendo desde el corte, hasta el período de secado, pasando por la forma de salazón. Ello es lo que determina que, para el cerdo ibérico, sólo puede darse para los jamones de cerdo terminados en montanera (cerdo de bellota), mientras que para el jamón de cerdo blanco, la única denominación de origen existente —Teruel— supone exigencias bastante estrictas sobre los puntos anteriores.

Considerando la producción de jamón de cerdo ibérico, con denominación de origen o no, y sea, o no, procedente de montanera, obtenida en los centros fundamentales —Guijuelo y Jabugo— puede comprobarse que hasta hace pocos años la mayor cuantía marcaba con destino a las provincias vascas —prácticamente Bilbao y San Sebastián



Razas de cerdos precoces, como la Large White, aumentaron el censo porcino en España en la década de los 60.

que venían a absorber entre el 20 y el 25% de la producción conjunta, aunque dominaba la procedencia del núcleo onubense.

A continuación Barcelona y Madrid, por ese orden, constituyen el segundo destino, con algo más del 20% conjuntamente, y con volúmenes bastante semejantes ya que Barcelona viene a suponer alrededor del 2% más que Madrid (Barcelona es también el mayor destinatario del jamón de Teruel, mientras que en Madrid éste es reducidísimo).

Es decir, entre los cuatro centros citados: Bilbao, San Sebastián, Barcelona y Madrid, han venido absorbiendo una cuantía no menor del 45% de la producción total (en promedio) de los núcleos industriales de Guijuelo y Jabugo, con la diferencia de que Barcelona y Madrid son los mayores compradores del núcleo salmantino, mientras las ciudades vascas lo son de Huelva (ésto es, también, válido para el lomo embuchado).

Lo dicho muestra como la demanda de jamón y lomo ibérico va ligada, en alto grado, al nivel de ruta, tanto más claro cuanto que puede verse como en tiempos recientes el consumo vizcaíno y guipuzcoano ha descendido coincidiendo con la mala coyuntura económica regional, que ya venía dándose con anterioridad como resultado de la crisis de la industria pesada.

Refiriéndonos a la paletilla se puede ver que el destino geográfico es muy

distinto ya que los mayores destinatarios son las provincias levantinas —Valencia y Murcia de forma destacada— y el área andaluza en el que se destacan Sevilla y Málaga. Si se tiene en cuenta la distribución espacial de la renta y la relación de precios, explica tal distribución del consumo.

Ahora bien, la producción de piezas de cerdo ibérico procedente del cebo en montanera, forzosamente es limitada y con posibilidades muy reducidas de ser incrementada, desde el momento que su explotación va ligada al área de las dehesas y la superficie poblada por *Quercus* no solamente se manifiesta estable, si no que, a largo plazo, tiene una tendencia decreciente y, en cualquier caso, dada la lentitud de crecimiento de las especies de tal género, cualquier ampliación del área tendría que darse a muy largo plazo.

En consecuencia las fluctuaciones censales a corto y medio plazo van ligadas a la producción anual de bellota, pues aunque el efectivo porcino que entre en montanera sea el mismo, una escasez de fruto hace adelantar la salida y disminuye el núcleo de animales con el peso mínimo requerido por la industria, y si se acude a completar la alimentación con concentrados disminuye la calidad de jamones y paletas; en todo caso baja el total de piezas que pasen a saladero.

Esta rigidez de la oferta, hace que: a) El precio necesariamente resulte alto.

b) Ante pequeñas elevaciones de la demanda, los precios dan una fuerte propensión al alza.

Ello explica que el consumo de este tipo de piezas tienda a concentrarse en zonas y estratos sociales de renta superior a la media, y que las variaciones de ésta determinen con cierto desfase en el tiempo, (acción retardada del factor elasticidad de ingresos), variaciones paralelas del consumo de forma muy aproximada, y que si no se ajustan por completo a las fluctuaciones de renta se debe al sesgo que introducen factores residuales de la demanda.

Hasta aquí hemos considerado los productos elaborados (jamones, paleta y lomo) de primera clase (de bellota, en la expresión popular), pero éstos suponen tan sólo una fracción del total de piezas procedentes de cerdo de estirpe ibérica, y a este respecto conviene puntualizar que como ibérico sólo puede considerarse el animal que, al menos, tenga una proporción del 50% de genes de tal procedencia (lo que ya implica una vanabilidad zootécnica no despreciable). Pero ocurre que, según los últimos datos disponibles, el 57-58% de los reproductores son cruzados, lo que hace pensar que muchos de los cerdos de cebo no alcanzan tal proporción genética de pertenencia al tronco ibérico, aunque sus elaborados lleven tal calificativo.

Partiendo de la realidad del mercado, por lo tanto (y al margen de su mayor o menor pureza genética), hay que considerar que las piezas de recebo y de pienso, a su vez, son perfectamente discriminadas en su venta al consumo, respecto a lo que cabe señalar:

1.º La procedencia y destino geográfico de tales piezas es más amplia que la correspondiente a las de cerdo en montanera, aunque siguen dominando, hasta la fecha, los núcleos productores de Salamanca y Huelva. La mayor dispersión geográfica puede ser explicada por las relaciones de precios; en efecto, en promedio, el precio del jamón de cerdo de montanera viene a ser un 23,5% más alto que el del procedente del recebo, el cual, a su vez viene resultando alrededor del 20% superior al de pienso (calculando sobre precios a la entrada en secadero ya que al consumo final la variación es mayor).

Por su parte el jamón del cerdo ibérico cebado a pienso alcanza un precio

en un 25% superior que el mejor de cerdo blanco, diferencia que es mayor que la que se da entre los de cerdo blanco precoz de 1.ª y 2.ª categoría, que viene a ser del 14-15%.

El resultado es que la diferencia entre el jamón de montanera y el de cerdo blanco de tipo medio-alto puede sobrepasar el 75% (siempre sobre precios de piezas completas); por tanto se da una gradación de precios que cubren distintos segmentos del mercado.

2.º La producción de cerdos de montanera y de recebo es estacional, pero la oferta de piezas es continua, lo que supone:

a) Para la industria elaborada no resulta económico reducirse a la matanza, lo que hace que en gran número de casos la actividad se amplíe al faenado de otros tipos porcinos.

b) La diferencia cualitativa entre jamones y paletas de cerdo de montanera y de cerdo criado a pienso es notoria, pero no tan palpable en el caso del primero y el de recebo, dependiendo del tiempo de duración de éste, por lo que es factible, en algunos casos, ofertar piezas de recebo como procedentes de montanera, con lo que el margen bruto se eleva grandemente. Más difícil resulta la sustitución del jamón, o paleta, de recebo por las correspondientes piezas del cerdo de pienso, pero la diferencia de precio puede impulsar a ello.

c) La estacionalidad señalada para la matanza de cerdo ibérico de las clases superiores hace que la industria pueda manejar precios para el logro de mayores márgenes. Esto no es fácil cuando los animales proceden de explotación en montanera, ya que, por lo general, suele haber contrato previo, pero sí es posible en los casos de recebo y pienso, y en cualquier caso la posibilidad de almacenamiento juega a su favor.

Considerando la estructura del mercado hay que señalar que el proceso distributivo ha venido teniendo algunos cambios, básicamente en el sentido de que el clásico escalón de mayorista independiente va perdiendo importancia como escalón individual del proceso comercial. Ciertamente en el comercio jamonero todavía se da la figura del mayorista trabajando por cuenta propia.

a) Los mayoristas vienen disminuyendo en número, considerando su actuación independiente, ya que unos han pasado a trabajar para las empresas productoras y casi todos diversifican su oferta a otros productos, principalmente embutidos y quesos.

b) Las empresas productoras van disponiendo de almacenes propios —o de centros receptores de pedidos— o bien sirven directamente, sea a almacenista individuales, sea a expendedores al consumo.

c) La oferta de jamones y paletas de cerdo ibérico va presentando un número creciente de oferentes, por la entrada de empresas del sector cárnico que hasta fecha reciente no habían tenido relación con los productos del cerdo ibérico; lo cual significa que no puede hablarse de formas monopolíticas pero, a su vez, presenta otro problema consistente en que al aumentar el número de empresas interesadas en la oferta de jamones de ibérico, sería lógico suponer que también tendría que hacerlo el número de piezas. Pero para el jamón de montanera, como queda dicho, la posibilidad, incluso a plazo prudencialmente largo, es muy reducida; por tanto el incremento de oferta tiene que realizarse a expensas de piezas —jamón, paleta y lomo básicamente— procedentes de cerdos de recebo y pienso, fundamentalmente estos últimos, aunque para la rapidez de expansión se choca con la baja prolificidad de la cerda ibérica (en estas explotaciones, el híbrido es la regla).

La producción total de jamón curado no es fácil de conocer, pero hemos estimado para la temporada 1990-1991, un total del orden de los 25 millones de piezas (bastante menor para las paletas), de los que 800-900.000 corresponderían al tipo ibérico, lo que vendría a equivaler al 3,6%, aproximadamente. Lo que resulta extraordinariamente difícil es determinar la cuantía de cada clase, y desde luego, no coinciden las estimaciones que realizamos en los distintos escalones: mataderos, secaderos, mayoristas y detallistas; de una forma u otra parece claro que en tal opacidad juega un papel no despreciable la cuantía de las diferencias de precio.

En efecto, si en secadero la diferencia de precios viene a ser entre el 22 y el 24% para las piezas de montanera y

recebo, en el escalón de mayorista se sobrepasa siempre el 30%, precisando el escalón de minorista de una mayor matización y detenimiento, ya que las formas del consumo final varían.

En principio tales formas pueden reducirse a dos: el consumo en el hogar, y el consumo en hostelería, una vez que el consumo institucional es totalmente inexistente en el caso de los productos elaborados del cerdo ibérico.

Esto tiene importancia desde el momento que el jamón de ibérico se consume en un 90% en hostelería, mientras que para el jamón de cerdo blanco la proporción es inversa, el 90% se consume en los hogares (Ferrer Falcon 1989). Ahora bien, el consumo familiar adquiere los elaborados en distintos tipos de establecimientos para los cuales se dan los precios, también distintos; por otro lado, la diversidad de establecimientos hosteleros hace que el abanico de precios sea bastante amplio. La consecuencia es que, a partir del mayorista (los independientes suelen trabajar con márgenes algo mayores) la dispersión de precios al consumo final es amplia, y aún más en el caso de la hostelería.

El hecho es trascendente desde el momento que el consumo reacciona ante los precios a los que se le oferte, y por tanto en la posibilidad de reducir éstos por racionalización del margen bruto de distribución, se guardan indudables reservas de demanda.

Así, a comienzos de 1991 para la plaza de Madrid y como promedio de varios establecimientos de cada tipo Hernández Crespo encuentra diferencias de hasta 600 ptas/kg de jamón, por piezas según se trate de supermercados, tiendas tradicionales o fiambrerías. Ello supone unos márgenes brutos entre el 86 y el 171% según tipo de establecimiento y sobre precio de mayorista, cifras que no pueden ser más que orientativas ya que, por un lado, se trabaja con promedios, y, por otro, los precios reales a que se hacen las transacciones entre saladero y mayorista y entre éste y minoristas no coinciden con los que se dan oficialmente, dependiendo de las condiciones de la venta (volumen adquirido, forma del cliente, calidad, solvencia, modalidad de pago, calidad media del producto, etc.).



Cerdo ibérico y Dehesa constituyen una unidad bastante indisoluble.

Como hemos dicho, ocurre que el jamón procedente de ibérico se consume básicamente en hostelería, es decir, en forma fileteada, con lo que los precios se elevan, como es natural, pero ocurre que aceptando un rendimiento del 70% (existen cortadores habilísimos), los márgenes aumentan más que proporcionalmente (en establecimientos de lujo los márgenes anteriores se pueden multiplicar por 6 ó 7). Ahora bien, los márgenes pueden justificarse en función de los servicios que se incorporan al producto, lo que en nuestro país, y de forma general, no siempre es proporcional, máxime cuando puede ponerse de relieve la sustitución de calidades.

Dentro de este encuadre general del mercado puede estimarse que el consumo global de jamón curado asciende, en la temporada 1991-92, aproximadamente a 4,2 kg, por habitante/año (la cuantía es ligeramente mayor para el jamón cocido), de los cuales 200 g corresponden a jamón procedente de ibérico.

Téngase en cuenta que tal cifra es un promedio que, a la vista de los niveles de precios y renta, y la deficiente distribución social de ésta, y como tal presenta fuertes desviaciones, lo que implica que, ante elevaciones de renta, y sobre todo ante mejoras en su distribución geográfica y social, el consumo presentará fuerte propensión al alza (la elasticidad de ingresos —Paz Sáez y Hernández Crespo 1990— la estimamos superior a 1,5).

Ahora bien, dada la inercia de la producción del cerdo ibérico (para el cebado en montanera ya queda dicho la casi imposibilidad de incrementar el efectivo), el resultado sería una elevación de precios, por supuesto a corto plazo y que habrían de mantenerse a plazo más que medio, y como para elasticidad —precio hay que aceptar una magnitud mínima del mismo orden— en realidad algo mayor, resulta que los márgenes de distribución juegan un papel capital en la determinación del nivel del precio al consumo, y por tanto de la reacción de éste frente al precio al que se le oferta.

No obstante, en la práctica del mercado real, dada la corta producción de elaborados procedentes del cerdo ibérico, no debe darse dificultades para su absorción por la demanda, tanto menos cuanto que los niveles unitarios de consumo son muy reducidos.

Los desajustes en el mercado del jamón que se dieron este tiempo atrás, vinieron a corresponder con un exceso de oferta que no podía ser absorbida a unos precios de altura determinada, lo que trae como consecuencia la crisis de ventas, pero no es ése el caso de los productos del cerdo ibérico, absorbidos por un sector muy concreto del mercado. En realidad, el jamón de cerdo ibérico —y más aún el de cebo en montanera— constituye un producto específico, con mercado propio.