



El mercado de los jamones premium en México

El objetivo de este número es poner en sus manos información útil para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la exportación de jamones premium al mercado mexicano.

Contexto

En el año 2011, los mexicanos consumieron 3,3 millones t de carne de ave, 1,9 millones t de bovino, 1,7 millones t de pavo y 1,6 millones t de cerdo, siendo éstas las principales

especies de consumo en el país (COMECARNE). Los precios de la carne en México han sufrido el embate de la inflación, sin embargo, la demanda se mantiene.

Del año 2010 a 2011, el consumo de carne de pavo se incrementó en 719%, seguida de la carne de cerdo, que aumentó 42% y la de ave con 20%. El incremento exponencial en la ingesta de pavo es atribuible, entre otros factores, a la recuperación en el poder adquisitivo de los consumidores (sobre todo en temporada navideña), la respuesta favorable a las campañas de salud pública para el combate a la obesidad y las campañas genéricas emprendidas por el sector privado para promover el consumo de esta especie como sustituto del cerdo. Pese a lo anterior, la carne bovina sigue siendo la carne predilecta de los mexicanos, a cuyo consumo se destina el 49.8% del gasto mensual (COMECARNE).

En el año 2011 se importaron 1.713.914 t de productos cárnicos, con un valor aproximado de U\$3.306 millones



ifesambrosia.com

(Aduana de México); el 60% de estas importaciones correspondieron a las especies bovinas y porcinas y tuvieron como sus principales orígenes Estados Unidos, Canadá y Chile. En el caso particular de los jamones, México importó 1.967 t de cecinas de cerdo (incluyendo serrano, con un consumo per capita anual de 500 g, según Grupo Sigma) y 1.066 t de variedades premium en diferentes presentaciones y preparaciones.

El sector de los embutidos en este destino se agrupa en dos conjuntos: los productos estándar y los productos premium; el primer caso comprende las salchichas, los jamones cocidos y las

CONTENIDO

1. Contexto
2. Casos ejemplares
3. Consideraciones técnicas
4. Recomendaciones

El mercado de los jamones premium

mortadelas, entre otros. En el rubro de cecinas premium incluimos los productos de alta gama como el jamón de bellota curado, el jamón de Parma y el prosciutto.

Los consumidores mexicanos de los estratos A y B están habituados a degustar jamones premium --sobre todo de origen español-- en restaurantes de tapas y pintxos, así como en eventos especiales en los que se ofrecen bocadillos. Vale la pena señalar que pese a su creciente incorporación en las prácticas alimenticias, el consumo de jamones premium suele restringirse a acontecimientos y canales específicos; esto es, se adquiere la cantidad que se utilizará en una sola exhibición y la distribución se limita a tiendas gourmet y restaurantes de alta cocina.

En lo que respecta a los precios, el valor del producto rebanado va de U\$3.7 a U\$14.82 los 100 g. En el caso de las paletas, los precios van de los U\$15 a los U\$33.5 por kg.

Casos ejemplares

Prosciutto di San Daniele

El cluster de San Daniele del Friuli (Italia) agrupa al 66% de productores y al 33% de criadores y despostadores de jamón premium de la región. El producto que se elabora aquí cuenta con denominación de origen (D.O.) y



www.nicojimenez.es

goza de prestigio internacional.

Ventajas competitivas

- El sello del cluster "San Daniele" fortalece la publicidad genérica y le confiere una identidad única a los productos, además garantiza la regulación de los precios y el acceso a instrumentos de apoyo gubernamentales.

- Los estándares de D.O. garantizan la uniformidad y observancia de las buenas prácticas de producción, lo cual a su vez contribuye a mantener el prestigio de la mercancía.

Redondo Iglesias

Empresa familiar afincada en Salamanca, que desde 1920 elabora embutidos artesanales. Cuenta con dos plantas que exportan a la UE, EUA, Suiza, Japón y Australia.

Ventajas competitivas

- Producción artesanal combinada con

altos estándares de elaboración.

- Diversidad de productos y presentaciones para diferentes segmentos: chorizos, salchichas, jamones serranos y de bellota en trozos, piezas o pre-rebanados.

- Identidad corporativa unificada para todos los productos.

- Estudios previos y exportaciones piloto para garantizar la incursión masiva efectiva a cada destino.

- Distribución mediante tiendas gourmet y páginas web.

Consideraciones técnicas

Las empresas interesadas en incursionar en este destino deben gestionar un permiso de las autoridades sanitarias de México para exportar; así como un certificado

El mercado mexicano ofrece interesantes posibilidades para los jamones de cordero, jabalí y wagyú de Chile

de libre venta y un certificado fitozoosanitario que avalen la sanidad de la mercancía; finalmente, deberá cumplirse con la regulación vigente para el etiquetado comercial. Considere que las muestras se regulan como cualquier exportación, de modo que la regulación vigente aplica aún en este supuesto.

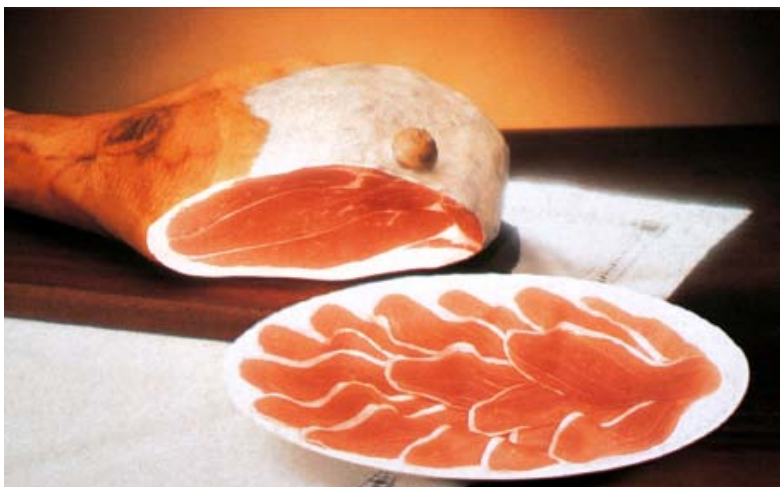
La Agregaduría Agrícola de Chile en México recomienda que antes de cerrar cualquier negociación, consulte la siguiente videoguía, elaborada ex profeso para los exportadores de alimentos procesados:

<http://www.consejagri.mx/index.php/formacion-tecnica-en-linea/vigia-3-productos-y-subproductos-carnicos>

Más informaciones:
consejeria_agricola@consejagri.org

Recomendaciones

- Aprovechar el nicho del jamón serrano para incursionar con cecinas premium de bovino y porcino en el corto plazo, así como de cordero y jabalí en el mediano plazo.
- Considerar el reciente auge de la carne kobe en los centros urbanos para introducir el jamón de wagyu chileno.
- Incorporar la identidad de cluster y de país para la promoción de jamones de especies exóticas, destacando sus cualidades nutricionales y su origen artesanal.



italian-salami.com

- Ofrecer presentaciones de producto previamente rebanado además de paletas.
- Promover nuevas formas de consumo para diferenciar las cecinas chilenas de las españolas (90% del mercado premium): ¿cómo debe servirse y maridarse un buen jamón de Chile?
- Desarrollar campañas transversales que promuevan el consumo de otros productos gourmet, como aceites de palta y oliva, patés y vinos de autor.
- Solicitar el apoyo de la agregaduría agrícola para conocer el marco regulatorio y de la agregaduría comercial para contactar a posibles compradores y coordinar degustaciones del producto.

Fuentes sugeridas

Consejería Agrícola de Chile en México
<http://www.consejagri.mx>

ProChile
<http://rc.prochile.gob.cl/>

COMECARNE
<http://www.comecarne.org/>

Agradecemos a los expertos que de forma profesional y generosa colaboraron en la elaboración de este número.

Se autoriza la reproducción del contenido citando la fuente.

© Consejagri México

Investigación documental y en terreno:

Carlos Salazar Vilchis y Gerardo Miguel Guzmán

consejeria_agricola@consejagri.org

www.consejagri.mx