

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Dublín

# Notas Sectoriales

## El mercado del embutido y jamón serrano en Irlanda

ICEX

# **El mercado del embutido y jamón serrano en Irlanda**

Esta nota ha sido realizada por Benjamín Martín-Palanco bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dublín

**Junio 2005**

## **ÍNDICE**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>I. CONCLUSIONES</b>                        | <b>4</b>  |
| <b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>              | <b>5</b>  |
| 1. Delimitación del sector                    | 5         |
| 2. Clasificación arancelaria                  | 5         |
| <b>III. OFERTA</b>                            | <b>7</b>  |
| 1. Tamaño del mercado                         | 7         |
| 2. Producción local                           | 10        |
| 3. Importaciones                              | 10        |
| <b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b> | <b>16</b> |
| <b>V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>              | <b>20</b> |
| <b>VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>    | <b>22</b> |
| <b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>                      | <b>24</b> |
| <b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b> | <b>27</b> |
| <b>IX. ANEXOS</b>                             | <b>29</b> |
| 1. Empresas                                   |           |
| 2. Ferias                                     | 31        |
| 3. Publicaciones del sector                   | 31        |
| 4. Asociaciones                               | 31        |
| 5. Otras direcciones de interés               | 34        |

# I. CONCLUSIONES

El mercado irlandés del embutido (cured meat) se caracteriza por tener una industria autóctona muy poco desarrollada, dedicada a la producción de un rango limitado de productos tradicionales irlandeses como el bacon, salchichas, morcillas y jamón cocido.

La mayoría de los embutidos son importados de Europa, siendo el principal suministrador el Reino Unido tanto en embutidos como en preparaciones alimenticias de carne y jamón en sus distintas variedades (York, serrano, etc). Sin embargo, hay que tener en consideración que gran parte de las importaciones del Reino Unido son debidas a la reexportación desde dicho país de productos con otro origen.

Los productos ya establecidos (bacon, salchichas, jamón cocido y salami) continúan representando el principal sustento del mercado de la comida procesada. Sin embargo, se anticipa que el mercado crecerá debido a la introducción de una mayor variedad de productos dentro de la categoría de alta calidad (especialmente curados, de gran interés para la exportación española) y a su distribución a través de las tiendas de conveniencia o tiendas gourmet y supermercados.

Los principales factores impulsores de las ventas en el sector en los últimos años han sido la sofisticación del consumidor y su deseo e interés en probar nuevos productos junto con las actividades promocionales. El aumento del nivel de vida y la visita a otros países han hecho que el consumidor irlandés esté dispuesto a pagar un elevado precio por embutidos foráneos de alta calidad y productos gourmet.

Para el consumidor actual, los sandwiches ofrecen un ahorro en coste y tiempo para el consumidor, configurándose los embutidos como una de sus alternativas preferidas a la hora del almuerzo junto con las comidas preparadas. Tan solo un 26% de los trabajadores de Irlanda preparan sus comidas preparadas de casa y un 66% de los trabajadores opta por el sandwiches a la hora de la comida.

Para fomentar la compra de elaborados cárnicos y embutidos, la preparación y consumo de los mismos debe ser sencilla, rápida y de acuerdo a las cambios en los estilos de vida de la población. La innovación, añadir valor a los productos y la educación del consumidor serán necesarios para incrementar y extender su frecuencia de uso a otras ocasiones aparte del almuerzo o los bocadillos (aperitivos, meriendas para niños o cenas)

## **II. DEFINICION DEL SECTOR**

### **1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR**

La presente nota de mercado trata de ofrecer una visión general acerca de la situación del mercado irlandés del embutido, si bien la mayor parte de la información disponible analizada es sobre productos cárnicos. A efectos de este documento también se incluye el jamón serrano dentro del conjunto de productos pertenecientes a este mercado.

### **2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

Tres son los grupos de productos abarcados por esta nota de mercado:

El primero de ellos lo constituyen aquellos productos que se encuentran incluidos en la partida arancelaria **16.01: “EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES, DE CARNE, DE DESPOJOS O DE SANGRE, PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS”**.

Esta partida comprende los embutidos y otros productos similares, es decir, las preparaciones compuestas de carne o despojos (cortados en trocitos o picados) o de sangre e introducidas en tripas, estómagos, vejigas, piel o envolturas similares (naturales o artificiales). Se trata de productos que pueden estar tanto crudos como cocidos (e incluso ahumados) y haber sido adicionados de grasa, tocino, fécula, condimentos, especias, etc. Los embutidos y productos similares se incluyen en esta partida incluso aunque estén cortados en lonchas o se presenten en recipientes herméticos. Se clasifican en la presente partida:

1. Las salchichas, salchichones y productos similares a base de carne (salchichas de Frankfurt, salami, etc.)
2. Los embutidos de hígado (incluido el hígado de ave)
3. Las morcillas y butifarras
4. El chorizo, la longaniza, la sobrasada, la mortadela y otras especialidades análogas

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

5. Las pastas (“patés”), purés, cremas, galantinas y picadillos presentados en envoltura de embutidos o moldeados para darles la forma característica de embutido.

También se incluyen dentro de la partida 1601 determinadas preparaciones alimenticias (incluidos los platos cocinados) a base de embutidos o productos similares.

El segundo grupo de productos abarcado por esta nota de mercado lo constituyen aquellos que se encuentran incluidos en la partida **16.02:”LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DE DESPOJOS O DE SANGRE.”**

Esta partida agrupa las preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre del presente capítulo 16, excepto los embutidos y producto similares de la partida 16.01 y los extractos y jugos de carne de la partida 16.03. Incluye principalmente:

1. La carne y despojos cocinados de cualquier modo: cocidos en agua o vapor, asados en parrilla u horno, fritos (excepto los productos simplemente escaldados o blanqueados)
2. Las pastas (“patés”), purés, cremas o gelatinas y picadillos, con tal que estas preparaciones no respondan a criterios que permitieran clasificarlas en la partida nº16.01, como embutidos y productos similares.
3. La carne y despojos de cualquier clase, preparados o conservados por procedimientos distintos de los previstos en el capítulo 2, incluidos los simplemente rebozados con pasta o empanados, trufados o sazonados (por ejemplo con pimienta y sal) o finamente homogeneizados.
4. Las preparaciones de sangre, excepto la morcilla y productos similares de la partida 16.01.
5. Las preparaciones alimenticias (incluidos los platos cocinados) que contengan más del 20% en peso de carne, despojos o sangre.

Tanto los jamones salados o ahumados como el bacon o panceta ahumada se agrupan en la partida **02.10: “CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS; HARINA Y POLVO COMESTIBLES, DE CARNE O DE DESPOJOS.”**

Esta partida se aplica solamente a la carne y despojos de cualquier clase, preparados según especifica su texto, excepto, sin embargo, el tocino sin partes magras y las grasas de cerdo o de aves sin fundir ni extraer de otro modo (partida nº 02.09). El tocino entreverado de panza (panceta) (es decir, el tocino que posee capas de carne entremezcladas) y el tocino con una capa de carne adherida, corresponden a esta partida siempre que estén preparados según las especificaciones del epígrafe.

La carne salada, seca (especialmente por deshidratación o liofilización) o ahumada, como el bacon, jamón, paleta (lacón) y demás carnes así preparadas, queda clasificada en esta partida aunque esté embuchada en tripas, estómagos, vejigas, pieles o envolturas similares (naturales o artificiales), siempre que no haya sido troceada o picada y combinada con otros ingredientes antes de colocarla en la envoltura (partida nº 16.01).

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El sector de embutidos y jamón serrano se encuadra en el mercado de carne procesada, que analizamos a continuación como posibles productos sustitutivos.

CUADRO 1:

| Ventas de Carne procesada en valor |               |        |
|------------------------------------|---------------|--------|
| Año                                | Millones de € | Índice |
| 1997                               | 467,9         | 100    |
| 1998                               | 481,9         | 103    |
| 1999                               | 458,5         | 98     |
| 2000                               | 472,6         | 101    |
| 2001                               | 491,3         | 105    |
| 2002                               | 510           | 109    |

Fuente: Mintel

El sector de la carne procesada en la República de Irlanda ha crecido un 11,2% desde 1999 hasta alcanzar un valor de 510 millones de euros en el 2002. Aunque el crecimiento es más bien moderado, las distintas subpartidas han experimentado un crecimiento dispar. El mercado ha crecido, en parte, como resultado de un incremento de precios en algunos productos. Sin embargo, el desarrollo de nuevos productos ha sido el factor más destacado en dicha evolución, con un mayor valor añadido, con nuevos sabores y mejores envoltorios, más fáciles de abrir.

Entre las posibles causas del desarrollo del mercado de carne procesada en Irlanda se puede mencionar una mayor demanda de las tiendas de conveniencia donde se venden distintas variedades de productos cárnicos y de productos de alta calidad.

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

La facilidad de almacenamiento, la conveniencia y las porciones más pequeñas han ayudado a fomentar el consumo de carne en tentempiés, almuerzos y comidas al aire libre. El desarrollo de nuevos productos, con nuevos ingredientes, rebozados y alimentos complementarios como ensaladas, ha ayudado a reavivar la demanda en un sector esencialmente maduro

**CUADRO 2:**

| <b>Ventas de carne procesada por tipo de producto, 2002</b> |                      |              |
|---|----------------------|--------------|
| <b>Producto</b>   | <b>Millones de €</b> | <b>Cuota</b> |
| Pollo sin cocinar y filetes de pechugas                     | 150,4                | 29,5         |
| Jamón York en lonchas                                       | 88,2                 | 17,3         |
| Bacon   | 63,2                 | 12,4         |
| Salchichas  | 47,9                 | 9,4          |
| Hamburguesas de carne de vaca                               | 14,3                 | 2,8          |
| Hamburguesas de carne de pollo                              | 1,3                  | 0,3          |
| Otros   | 144,3                | 28,3         |
| Total   | 510                  | 100          |

Fuente: Mintel

Los productos más representativos del sector cárnico en la República de Irlanda en función de las ventas son el pollo y los filetes de pechuga de pollo sin cocinar, con un 29,5% de todas las ventas al detalle. El jamón York en lonchas es el segundo sector más grande en términos de ventas en la República, con un 17,3% de todas las ventas por categoría, seguido del bacon con un 12,4% de cuota.

El pollo sin cocinar y la pechuga fileteada han crecido significativamente en los últimos años como resultado de una demanda del consumidor de artículos más prácticos y adaptados a sus necesidades. El consumo de pollería se ha visto altamente beneficiado de los recelos de los consumidores al consumo de carne roja como consecuencia de la crisis de la Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) a mediados de los 90. Llamam la atención los altos precios de la pechuga fileteada indicativos de que el consumidor irlandés está dispuesto a pagar un precio alto por productos preparados o fáciles de cocinar.

El incremento en las ventas de jamón York en Irlanda es debido fundamentalmente a un alto nivel de innovación dentro del mercado (tanto en el envase como en el producto), particularmente en productos con alto valor añadido y posicionados en el segmento de primera calidad. Por ejemplo, se vende jamón York en taquitos o lonchas finísimas (wafer), con diferentes porcentajes de almidón y agua, para alterar las propiedades nutricionales: Disminuyendo el contenido de grasa, incrementando la cantidad de fibra o su jugosidad. El jamón York de calidad parece ofrecer las mejores oportunidades en un mercado altamente competitivo y estable donde la carne previamente cortada en lonchas

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

es muy demandada. Entre las estrategias emergentes para potenciar su venta, destaca la integración con otros alimentos complementarios como el queso para dirigirse al nicho de mercado de los almuerzos para niños.

En el bacon también se ha intentado añadir más valor al producto con nuevas formas de curación y marcas de primera calidad (con menor contenido de agua). Asimismo, se han introducido mejoras en envases que una vez abiertos permiten ser cerrados de nuevo y de fácil apertura; o adaptados para calentar en el microondas.

El mercado de las salchichas está creciendo en Irlanda, especialmente en el segmento de alta calidad, después de un periodo de estancamiento. Las salchichas irlandesas tradicionales, al igual que las inglesas, tienen un menor porcentaje de carne y más porcentaje de grasa comparadas con las salchichas continentales. Las salchichas frankfurt tienen muy poca presencia en Irlanda, probablemente debido a su desconocimiento. Las salchichas frescas experimentan un crecimiento estable probablemente debido al incremento de la variedad ofertada, tomando terreno a las congeladas. El segmento de calidad alta en el mercado de las salchichas representa entre el 10-15% del total.

Las hamburguesas de vacuno se han beneficiado del auge de las tiendas de conveniencia debido a su fácil almacenamiento y preparación, manteniendo su posición como la hamburguesa más popular y se han desarrollado nuevos sabores con toques étnicos.

En cuanto a las hamburguesas de pollo, tras su crecimiento en mitad de los 90 debido a los problemas con la carne roja, han experimentado un cierto declive al retornar el consumidor a otro tipo de carnes. El pollo y el pavo se venden habitualmente empanados y congelados más que refrigerados ya que la carne congelada se vende a un precio menor.

La partida "Otros" es muy heterogénea y comprende otras carnes procesadas y fiambres no incluidos en los partidas anteriores y, es en ella, donde se ubican específicamente los jamones curados, el serrano o el de Parma italiano, pavo cocido, otro tipo de carnes cocinadas o curadas, y los embutidos europeos como el salami, chorizo, así como los patés. Se trata pues del segmento más interesante desde el punto de vista del exportador español.

Los embutidos europeos son considerados productos gourmet por el consumidor irlandés. Cabe destacar que la venta de productos cárnicos de delicatessen alcanza su máximo durante el verano. Almuerzos vendidos en cajas y tentempiés proporcionan elevadas oportunidades de venta. La variedad de carnes disponibles asegura que el consumidor tenga un amplio abanico de posibilidades para elegir, si bien la oferta en comparación con el continente es considerablemente más reducida, y aunque estamos hablando de un tamaño de mercado todavía reducido, se detecta un interesante potencial.

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

Si bien no existen datos disponibles sobre la producción local de embutidos ni de otros elaborados cárnicos en Irlanda, sí se sabe que en Irlanda la producción dentro del sector de carne procesada se concentra principalmente en jamón cocido, hamburguesas y salchichas. La variedad de productos procesados es muy limitada en comparación con otros países de Europa como España, Francia, Italia, Austria o Alemania donde existe una amplia oferta de variedades de carne procesada y embutidos.

La producción nacional de procesados cárnicos y embutidos se centra fundamentalmente en productos derivados del cerdo. Un tercio de las importaciones de cerdo se destinan a su transformación en Irlanda para su posterior reexportación. Dentro de la exportaciones irlandesas de carne de cerdo se estima que aproximadamente el 62% son carne en filetes, un 32% son salchichas irlandesas y el 6% restante bacon.

En cualquier caso, una parte muy importante de la exportación se destina a su posterior transformación en Europa tanto de la carne de vacuno como de cerdo y oveja, fundamentalmente en Alemania, Francia e Italia lo cual indica el limitado desarrollo de la producción nacional de embutidos irlandeses.

Por el momento la producción nacional de especialidades similares a las europeas continentales es muy limitada, sin embargo si que se puede encontrar algo de salami (salami de Cork) o de pepperoni de origen irlandés.

Aunque existe una gran variedad de marcas, el sector se halla dominado por un puñado de compañías. La principal compañía es el grupo Kerry con el mayor surtido de embutidos y marcas como Denny, Ballyfree o Waifos. Glanbia es el segundo procesador de cerdo Irlanda. Otras compañías destacadas del sector son: Galtee (una división del grupo agroalimentario Dairygold), Shaws, Carrol o Unilever con la marca Eye Bird.

### 3. IMPORTACIONES

#### 3.1. Importaciones irlandesas de las partidas 1601 y 1602

En el siguiente cuadro aparece la evolución de las partidas 1601 y 1602. El tanto por ciento de participación se refiere al porcentaje sobre el total del capítulo 16, preparaciones de carne.

**CUADRO 3: Importaciones del Capítulo 16 y las partidas 1601 y 1602.**

| SA   | Descripción                                  | 2002  | 2003  | 2004  | % Participación |      |      | % Cambio |
|------|--|-------|-------|-------|-----------------|------|------|----------|
|      |  |       |       |       | 2001            | 2002 | 2004 | 04/02    |
| 16   | Preparaciones de carne,...                   | 181,5 | 185,0 | 196,3 | 100             | 100  | 100  | 8,12     |
| 1602 | Las demás preparaciones y conservas de carne | 122,4 | 126,1 | 143,0 | 68,3            | 67,4 | 72,9 | 16,9     |
| 1601 | Embutidos y productos similares, de carne    | 11,2  | 13,4  | 13,5  | 5,3             | 6,2  | 6,87 | 20,0     |

Fuente: World Trade Atlas, Eurostat

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

El capítulo 16 ha experimentado un crecimiento moderado durante el periodo considerado. **Hay que destacar el crecimiento de un 20% de la partida Embutidos y productos similares, el mayor de las partidas integrantes del capítulo.**

Vemos a continuación los principales países origen de las importaciones. Cabe indicar que el liderazgo del Reino Unido, aparte de por razones de proximidad y lazos comerciales tradicionales, viene explicado por la reexportación desde dicho país de productos con otro origen.

A continuación se presenta una evolución de las importaciones de Irlanda por países de la partida 16.01 que comprende productos como las salchichas, salchichones, salamis, embutidos de hígado, morcillas y butifarras, chorizos, longanizas, sobrasada, mortadela, patés y otras especialidades análogas.

**CUADRO 4: Importaciones de Irlanda por países de la partidas 1601 en millones de euros**

| Posición | Países        | 2002 | 2003 | 2004 | % Cuota |       |       | % Variación |
|----------|---------------|------|------|------|---------|-------|-------|-------------|
|          |               |      |      |      | 2002    | 2003  | 2004  | 04/02       |
| 0        | Total mundial | 11,2 | 13,5 | 13,5 | 100,0   | 100,0 | 100,0 | 20,0        |
| 1        | Reino Unido   | 6,4  | 8,0  | 5,7  | 56,6    | 59,4  | 42,6  | -9,5        |
| 2        | Alemania      | 3,5  | 3,7  | 3,9  | 31,6    | 27,4  | 29,1  | 10,7        |
| 3        | Dinamarca     | 0,2  | 0,4  | 2,4  | 1,4     | 3,2   | 18,0  | 1498,3      |
| 4        | Francia       | 0,3  | 0,4  | 0,4  | 3,1     | 3,1   | 3,1   | 19,7        |
| 5        | Italia        | 0,2  | 0,3  | 0,4  | 2,2     | 2,6   | 2,9   | 58,0        |
| 6        | Bélgica       | 0,4  | 0,4  | 0,3  | 3,2     | 2,6   | 2,4   | -12,2       |
| 7        | España        | 0,1  | 0,1  | 0,1  | 1,0     | 0,8   | 0,9   | 4,8         |
| 8        | Países Bajos  | 0,0  | 0,0  | 0,1  | 0,4     | 0,1   | 0,8   | 137,5       |
| 9        | Lituania      | 0,0  | 0,1  | 0,0  | 0,2     | 0,5   | 0,2   | 6,9         |
| 10       | Portugal      | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,1     | 0,1   | 0,1   | 107,2       |

Fuente: Eurostat, World Trade Atlas

España, en séptima posición ha experimentado un crecimiento del 4,8%<sup>1</sup> durante el periodo, mientras que el crecimiento mundial de la partida fue de un 20%. A destacar el crecimiento espectacular de Dinamarca y en menor medida el de los Países Bajos y Portugal por encima del 100%.

<sup>1</sup> Sin embargo, estos datos son contradictorios a la favorable evolución que muestran las exportaciones españolas en ESTACOM. Ver tabla y comentarios al final de este punto

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

Las marcas globales han ampliado el rango de productos cárnicos ofrecidos al mercado irlandés, estimulando las ventas. Por ejemplo, muchos supermercados irlandeses ofrecen carnes europeas como salami, salchichas, jamón de Parma, chorizo, paté; de países como Alemania, Italia, España, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Polonia y Hungría. Respaldados por grandes campañas de promoción y de publicidad, estos nuevos productos han servido para reavivar el interés entre los consumidores por la compra de carnes frías en mostradores y contenedores frigoríficos. Los daneses, además de los italianos y alemanes, han sido los mejores en responder a las nuevas demandas con un abanico más amplio de sabores.

A continuación se presenta una evolución de las importaciones de Irlanda por países de la partida 16.02 que comprende carne y despojos cocinados de cualquier modo (cocidos, al vapor, asados en parrilla u horno, fritos) o las preparaciones alimenticias (incluidos los platos cocinados) que contengan más del 20% de carne, despojos o sangre.

**CUADRO 5: Importaciones de Irlanda por países de la partida 1602 en millones de euros**

| Posición | Países        | 2001   | 2002   | 2004   | % Cuota |        |        | % Variación |
|----------|---------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|-------------|
|          |               |        |        |        | 2001    | 2002   | 2004   | 04/02       |
| 0        | Total mundial | 122,36 | 126,20 | 143,02 | 100,00  | 100,00 | 100,00 | 16,88       |
| 1        | Reino Unido   | 90,89  | 84,35  | 102,86 | 74,28   | 66,84  | 71,92  | 13,17       |
| 2        | Países Bajos  | 11,54  | 19,56  | 11,92  | 9,43    | 15,50  | 8,34   | 3,30        |
| 3        | Alemania      | 4,09   | 7,68   | 6,83   | 3,34    | 6,09   | 4,78   | 67,22       |
| 4        | Bélgica       | 8,40   | 6,63   | 6,50   | 6,87    | 5,26   | 4,55   | -22,63      |
| 5        | Francia       | 2,78   | 4,05   | 5,88   | 2,27    | 3,21   | 4,11   | 111,73      |
| 6        | Tailandia     | 1,47   | 1,64   | 3,33   | 1,20    | 1,30   | 2,33   | 126,90      |
| 7        | Brasil        | 2,02   | 1,03   | 2,38   | 1,65    | 0,82   | 1,66   | 17,85       |
| 8        | Dinamarca     | 0,56   | 0,18   | 1,59   | 0,46    | 0,14   | 1,11   | 181,54      |
| 9        | Italia        | 0,17   | 0,19   | 0,98   | 0,14    | 0,15   | 0,69   | 480,54      |
| 10       | España        | 0,20   | 0,46   | 0,34   | 0,16    | 0,36   | 0,24   | 69,47       |

Fuente: Eurostat

En esta partida la preponderancia del Reino Unido es aún más significativa que en la 1601. Posiblemente debido a que el segmento de las comidas preparadas con carne está menos desarrollado en Irlanda y son empresas procedentes del Reino Unido, donde el sector es más maduro, las que reexportan a Irlanda.

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

### 3.2 Importaciones irlandesas de la partida 0210

La partida 0210 Carne y despojos comestibles..., incluye carne tanto salada, seca (especialmente por deshidratación o liofilización) o ahumada, como el bacon, jamón, paleta y demás carnes así preparadas. En el siguiente cuadro podemos ver su evolución.

**CUADRO 6: Importaciones de Irlanda de las partida 0210 en millones de euro**

| SA     | Descripción                               | 2002  | 2003  | 2004  | % Participación |       |       | % Cambio |
|--------|---|-------|-------|-------|-----------------|-------|-------|----------|
|        |   |       |       |       | 2001            | 2002  | 2004  | 04/02    |
| 0210   | Carne y despojos comestibles,             | 27,69 | 26,44 | 22,58 | 100             | 100   | 100   | -18,44   |
| 021019 | Jamón y paletas de porcino, sin hueso     | 20,38 | 21,41 | 18,14 | 73,60           | 80,96 | 80,30 | -11,02   |
| 021012 | Panceta (tocino entreverado) y sus trozos | 1,35  | 1,79  | 1,62  | 4,87            | 6,76  | 7,19  | 20,48    |
| 021011 | Jamón y paletas de porcino, con hueso     | 2,70  | 1,88  | 1,37  | 9,76            | 7,13  | 6,06  | -49,38   |

Fuente: Eurostat

Lo más destacable del anterior cuadro es, tanto el importante valor de la subpartida jamón y paletas de cerdo deshuesado dentro de la partida Carne y despojos (80%) como el mayor declive de las importaciones de jamón con hueso en comparación con las deshuesadas. Esto es debido fundamentalmente a que la importación de jamones con hueso es cada vez residual (debido a que no se conserva adecuadamente en la sección de la carnicería de los supermercados y se reseca) y que, incluso en el caso del jamón serrano, es más frecuente su venta en piezas deshuesadas o en lonchas. Lo mismo se aplica a otro tipo de jamones como el Prosciutto, de Parma o de Bayonne.

En el siguiente cuadro aparece la evolución de la partida 0210. El tanto por ciento de participación se refiere al porcentaje sobre el total de la partida 0210, carne y despojos comestibles.

**CUADRO 7: Importaciones de Irlanda por países de la partidas 0210 en millones de euros**

| Posición | Países        | 2001  | 2002  | 2004  | % Cuota |        |        | % Variación |
|----------|---------------|-------|-------|-------|---------|--------|--------|-------------|
|          |               |       |       |       | 2001    | 2002   | 2004   | 04/02       |
| 0        | Total mundial | 27,69 | 26,44 | 22,58 | 100,00  | 100,00 | 100,00 | -18,44      |
| 1        | Reino Unido   | 14,18 | 15,57 | 14,71 | 51,22   | 58,88  | 65,13  | 3,71        |
| 2        | Francia       | 2,41  | 3,31  | 2,76  | 8,71    | 12,52  | 12,23  | 14,49       |
| 3        | Países Bajos  | 4,33  | 3,26  | 2,61  | 15,63   | 12,32  | 11,56  | -39,67      |
| 4        | Alemania      | 3,25  | 2,83  | 2,02  | 11,74   | 10,71  | 8,94   | -37,88      |
| 5        | Italia        | 0,16  | 0,30  | 0,24  | 0,59    | 1,14   | 1,08   | 49,13       |

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

| Posición | Países    |      |      |      | % Cuota |      |      | % Variación |
|----------|-----------|------|------|------|---------|------|------|-------------|
|          |           | 2001 | 2002 | 2004 | 2001    | 2002 | 2004 | 04/02       |
| 6        | Dinamarca | 1,03 | 1,05 | 0,16 | 3,71    | 3,99 | 0,72 | -84,20      |
| 7        | España    | 0,05 | 0,10 | 0,07 | 0,19    | 0,39 | 0,29 | 24,13       |
| 8        | Bélgica   | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,03    | 0,05 | 0,03 | -17,10      |
| 9        | China     | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00    | 0,00 | 0,01 | -           |
| 10       | Finlandia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00    | 0,00 | 0,00 | -           |

Fuente: Eurostat

Durante el periodo considerado ha habido un descenso de las importaciones irlandesas de esta partida. Cabe destacar el crecimiento porcentual de España si bien el volumen es muy reducido en comparación con 6 primeros países. Por otra parte hay que señalar como el principal competidor en jamones curados, Italia, ha tenido un excepcional comportamiento durante el periodo casi doblando su cuota de mercado.

### 3.3. Exportaciones de España a Irlanda.

#### CUADRO 8: Exportaciones de España a Irlanda del Capítulo 16 y las partidas 1601 y 1602, en miles de Euros

| SA   | Descripción                                  |       |         |         | % Participación |      |      | % Cambio |
|------|--|-------|---------|---------|-----------------|------|------|----------|
|      |  | 2002  | 2003    | 2004    | 2002            | 2003 | 2004 | 04/02    |
| 16   | Preparaciones de carne, de pescado           | 916,8 | 1.493,1 | 1.668,0 | 100             | 100  | 100  | 81,94    |
| 1601 | Embutidos y productos similares, de carne    | 124,4 | 261,3   | 355,3   | 13,6            | 17,5 | 21,3 | 185,56   |
| 1602 | Las demás preparaciones y conservas de carne | 102,3 | 468,0   | 115,9   | 11,2            | 31,3 | 6,9  | 13,22    |

Fuente: Estacom

Las estadísticas proporcionados por el World Trade Atlas y Estacom no son coincidentes. Esto puede deberse a las distorsiones que en ocasiones aparecen en las estadísticas irlandesas al realizarse determinados envíos a través del Reino Unido, listándose este país como origen en lugar del primer origen del bien. Por tanto, a nuestros efectos, resultan más significativas las cifras de Estacom que aparecen en el cuadro anterior.

En el período 2002-2004 el capítulo 16 aumentó un 81,94% en valor. Hay que destacar el importante crecimiento de las exportaciones españolas de “embutidos y productos similares”, un 185,56% (debido en su totalidad al código TA 16010091 “Embutidos secos o para untar, sin cocer, de carne, de despojos o de sangre...” posiblemente chorizo con un valor de 348.096,05€ en el 2004).

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

**CUADRO 9: Exportaciones de España a Irlanda del la partida 0210 en miles de Euros**

| SA     | Descripción                               | 2002  | 2003    | 2004    | % Participación |      |      | % Cambio   |
|--------|---|-------|---------|---------|-----------------|------|------|------------|
|        |   |       |         |         | 2002            | 2003 | 2004 | 04/02      |
| 0210   | Carne y despojos comestibles              | 916,8 | 1.493,1 | 1.668,0 | 100             | 100  | 100  | 81,94      |
| 021011 | Jamón y paletas de porcino, con hueso     | 124,4 | 261,3   | 355,3   | 13,6            | 17,5 | 21,3 | 185,56     |
| 021012 | Panceta (tocino entreverado) y sus trozos | 102,3 | 468,0   | 115,9   | 11,2            | 31,3 | 6,9  | 13,22      |
| 021019 | Jamón y paletas de porcino, sin hueso     | 0,3   | 89,0    | 604,9   | 0,0             | 6,0  | 36,3 | 187.169,35 |

Fuente: Estacom

Del anterior cuadro se desprende un cambio importantísimo en la forma de exportación del jamón a partir de 2003. Se puede observar como la exportaciones de jamón y paletas deshuesadas antes de 2002 representaban una parte insignificante de la partida 0210, mientras que en el 2004 se ha convertido en la subpartida más importante. Este cambio puede ser debido a la preferencia del mercado irlandés por los productos cortados en lonchas y envasados al vacío, listos para llevar, así como auge de la venta de los embutidos en los lineales de los supermercados y tiendas de conveniencia en lugar de en las tradicionales carnicerías.

Dentro de la oferta de productos españoles hay que señalar la presencia de la empresa española Campofrío con algunos de sus productos como son el chorizo y el bacon pero sin desplegar todo el abanico de productos que posee en España. Se distribuye a través de algunos supermercados pero su cuota es más reducida que la de las marcas Sol y Espina.

La principal empresa es Eirespan que distribuye fundamentalmente a supermercados y tiendas de conveniencia, aunque también al sector de la hostelería. Se trata de la única empresa irlandesa de origen español constituida exclusivamente para la importación y distribución de alimentos españoles tanto para catering como para minoristas. Su cartera de embutidos españoles es la más amplia en Irlanda e incluye salami, chorizo, jamón serrano, lomo, bacon, jamón cocido, mortadela, pavo, y paté en diversas variedades y comercializadas bajo las marcas españolas para el mercado irlandés Sol (marca creada para Irlanda) y Espina (marca española).

Boyne Valley, el principal importador de aceite de oliva español, con su marca Don Carlos como líder de aceite de oliva en Irlanda, no tuvo éxito en el año 2004 en su intento de introducir productos españoles envasados al vacío en lonchas.

## **IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA**

En primer lugar vamos a examinar algunos aspectos de la demanda de productos cárnicos, como son la estructura demográfica, el tamaño de los hogares y los hábitos de consumo. Posteriormente, se incluyen dos tablas para analizar por un lado el consumo de productos cárnicos a través de las carnicerías y por otro, la evolución del consumo de distintas variedades de carne.

### **Estructura demográfica**

La población en la República de Irlanda está envejeciendo progresivamente a pesar de contar con una de las poblaciones más jóvenes de la UE. La proporción de población mayor de 35 años se incrementó un 39,45% de 1981 al 2002 y se espera que siga incrementándose. Por el contrario, la población de 0 a 34 años creció tan solo un 10,37% en ese mismo periodo y se prevé que, en los próximos años, aumente en menor proporción que la mayor de 35 años.

Los consumidores más maduros y con una mayor capacidad adquisitiva, tienden a experimentar con carnes gourmet, optando por compras de mayor calidad y a precios más elevados. Por ello, la competencia entre los detallistas y fabricantes para ganar cuota de ventas en este nicho de mercado de población madura es cada vez mayor. Además, la población madura suele preocuparse por una alimentación más saludable y tienden a reducir el consumo de carne procesada y de peor calidad en su dieta.

### **Tamaño de los hogares**

La tendencia a disminuir el tamaño medio de los hogares está afectando a los tipos de consumo de carne procesada en Irlanda. La propensión hacia hogares unipersonales conduce a un incremento de la demanda también dentro del sector cárnico de productos fáciles de servir, porciones más pequeñas y prácticas, en detrimento de las porciones familiares. Cada vez tienen más importancia los productos cortados en lonchas.

### **Hábitos de consumo**

Gran parte de la población irlandesa realiza al menos una de sus comidas de forma rápida, tipo sándwich, snack, y cuando consume en casa, opta por productos fáciles de

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

preparar que supongan una mínima dedicación de tiempo. En este sentido, las comidas preparadas, las bandejas de carne en filetes y los embutidos envasados al vacío en lonchas ocupan un lugar más preeminente en los lineales refrigerados de los supermercados.

Por otra parte, el aumento del nivel de vida y la visita a otros países han impulsado una diversificación en el tipo de productos que cumplen esta función. Según un estudio de Eurest Lunchtime, tan solo un 26% de los trabajadores de Irlanda traen sus comidas preparadas de casa. Entre el consumidor irlandés cada vez es más frecuente comprar bocadillos y tentempiés a la hora de la comida. La opción preferida son los bocadillos, elegidos por un 66% de los trabajadores.

Por otro lado, el impresionante aumento del nivel de vida (un PIB per capita 37.345 € en el 2004) ha supuesto un auge de las tiendas delicatessen donde se pueden encontrar una amplia variedad de embutidos europeos de alta calidad para el más consumidor selecto y sofisticado.

En el siguiente cuadro, elaborado a partir de una encuesta a compradores, se reflejan las preferencias del consumidor por los distintos tipos de carne a la hora de comprar en las carnicerías (incluyendo carne al corte en supermercados), tanto por edades como por grupo sociodemográficos.

**CUADRO 9: Consumo de carne procesada comprada en carnicerías.**

|                         | Jamón York en lonchas | Pavo en lonchas | Otras carnes en lonchas | Vacuno en lonchas | Pollo cocinado | Alas/muslos de pollo/pavo |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|-------------------------|-------------------|----------------|---------------------------|
| Total                   | 77%                   | 42%             | 30%                     | 27%               | 23%            | 19%                       |
| 15-24                   | 71%                   | 33%             | 33%                     | 25%               | 25%            | 17%                       |
| 25-34                   | 76%                   | 41%             | 24%                     | 20%               | 23%            | 20%                       |
| 35-49                   | 80%                   | 40%             | 40%                     | 29%               | 26%            | 20%                       |
| 50-64                   | 78%                   | 46%             | 25%                     | 33%               | 24%            | 16%                       |
| 65+                     | 71%                   | 41%             | 23%                     | 19%               | 16%            | 22%                       |
| Grupos Socioeconómicos* |                       |                 |                         |                   |                |                           |
| ABC1                    | 81%                   | 45%             | 31%                     | 28%               | 25%            | 19%                       |
| C2                      | 68%                   | 45%             | 31%                     | 33%               | 20%            | 20%                       |
| D                       | 80%                   | 37%             | 29%                     | 25%               | 23%            | 19%                       |
| E                       | 76%                   | 36%             | 29%                     | 13%               | 27%            | 18%                       |

Fuente: Millward Brown/Mintel

\*Grupos socioeconómicos: A-Clase media alta; B-Clase media; C1-Clase media baja; C2-Clase trabajadora cualificada; D-Clase trabajadora; E-Nivel de subsistencia

En general la compra de carne procesada en carnicerías en Irlanda es más popular entre las personas de 35 a 64 años. Sin embargo, desde el punto de vista demográfico existen ciertas variaciones en los productos comprados en dichas tiendas. Así, las mayores compras de jamón en lonchas se producen en el subgrupo de 35-49 con un status social

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

ABC1. Las personas entre 50 y 64 años dominan las compras del pavo en lonchas tanto en los grupos ABC1 como C2. Las compras de pollo cocinado entero o en porciones es similar entre todos los grupos de edad con las excepción de los mayores de 65. No obstante, la mayor proporción de compras, un 27%, se produce entre los compradores con una edad de 35 a 49 años y pertenecientes a un nivel socioeconómico E.

Asimismo, de acuerdo un estudio de mercado de Mintel, se ha constatado que los **niveles de penetración** de los alimentos procesados vendidos en lonchas en Irlanda son **mayores entre aquellas personas que son responsables de niños** en comparación con los que no tienen responsabilidad parental. Es interesante señalar como los niveles de penetración del jamón no difieren en función de la edad de los niños a su cargo. Los niveles de penetración de la carne de pavo, pollo cocinado y otro tipo de carne en lonchas son más populares en aquellos hogares con niños por encima de los 16 años. En cambio, los **productos empaquetados** tienen mayor aceptación entre niños por debajo de los 16 años. Lo cual indica que aún existen **posibilidades para el desarrollo de la venta para hogares con niños menores de 16 años** y quizá deberían enfocar su posicionamiento para atraer a más clientes con niños de esas edades, adaptando la presentación convenientemente.

### Carnicerías (deli counter)

Según encuestas de Mintel, el producto que domina las ventas en las carnicerías (deli counter) es el jamón cocido cortado en lonchas de la pieza entera en el mostrador. Muchos consumidores (77% de los encuestados) prefieren esta forma de compra tradicional pues implica un proceso más interactivo y participativo que la compra directamente del lineal, y suele ser más barato. En segundo lugar en importancia se encuentra el pavo con un 23% de la muestra y a mucha distancia la compra de embutidos de origen continental, con un 7% de los encuestados.

En la siguiente tabla vemos la evolución del consumo medio semanal de ciertos tipos de carne procesada en Irlanda. Los datos muestran que el gasto semanal por hogar ha aumentado del periodo 1994/1995 al 2000/2001 para todos los tipos de carne salvo para el bacon sin cocinar.

### CUADRO 9: Gasto medio semanal por hogar en productos cárnicos en Irlanda en euros:

| Producto            | 1994/1995 | Cuota % | 1999/2000 | Cuota % | % Variación entre 94/95 y 99/00 |
|---------------------|-----------|---------|-----------|---------|---------------------------------|
| Pollo               | 3,23      | 32,20   | 4,16      | 34,61   | 28,79                           |
| Jamón cocinado      | 1,43      | 14,26   | 2,13      | 17,72   | 48,95                           |
| Bacon cocinado      | 1,38      | 13,76   | 1,59      | 13,23   | 15,22                           |
| Salchichas          | 1,07      | 10,67   | 1,1       | 9,15    | 2,80                            |
| Bacon sin cocinar   | 1,19      | 11,86   | 1,03      | 8,57    | -13,45                          |
| Otra carne cocinada | 0,62      | 6,18    | 0,71      | 5,91    | 14,52                           |

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

| Producto               | 1994/1995 | Cuota % | 1999/2000 | Cuota % | % Variación entre 94/95 y 99/00 |
|------------------------|-----------|---------|-----------|---------|---------------------------------|
| Otra carne de pollería | 0,44      | 4,39    | 0,56      | 4,66    | 27,27                           |
| Jamón sin cocinar      | 0,5       | 4,99    | 0,5       | 4,16    | 0,00                            |
| Morcilla               | 0,17      | 1,69    | 0,24      | 2,00    | 41,18                           |

Fuente: CSO/Mintel

El gasto en pollo tanto cocinado como sin cocinar representa la mayor proporción del gasto en comida procesada en Irlanda con un 34,6%, seguido del gasto en jamón con un 17,72%. En cualquier caso, lo que más se consume en Irlanda es carne porcina y sus derivados (jamón, bacon y salchichas). Asimismo, el irlandés está acostumbrado al sabor del cerdo, hecho que puede favorecer a las “cured meats” (la gran mayoría son derivados porcinos)

De acuerdo con estos datos, el mayor incremento en media en el gasto semanal por hogar se ha producido en el jamón cocinado, donde el incremento de gasto semanal ha pasado de 1,43€ en 1994/1995 a 2,13€ en 1999/2000, un incremento del 49% para dicho periodo.

Existe una tendencia generalizada a emplear menos tiempo en la elaboración de la comidas y, por tanto, a consumir menos carne sin preparar. Las comidas preparadas ofrecen un ahorro en coste y tiempo para el consumidor, configurándose como una de las alternativas preferidas del consumidor actual.

En definitiva, el cambio en los estilos de vida, la creciente sofisticación del consumidor, su deseo e interés en probar nuevos productos y la limitada industria irlandesa del embutido parecen indicar que hay aún espacio para el incremento de las ventas de embutidos de origen europeo a pesar de tratarse de un sector relativamente maduro. La innovación y la educación del consumidor son necesarios para extender e incrementar la frecuencia de uso de los embutidos europeos

## V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

A continuación se presenta un cuadro con los precios de algunas variedades de productos cárnicos y su evolución.

**CUADRO 10: Precios de venta medios de productos cárnicos 1997-2003 (euros por kg. de carne):**

| Año  | Bacon de lomo | Índice | Tiras de bacon | Índice | Jamón sin cocinar | Índice | Jamón cocinado | Índice | Salchichas de cerdo | Índice | Morcilla | Índice |
|------|---------------|--------|----------------|--------|-------------------|--------|----------------|--------|---------------------|--------|----------|--------|
| 1997 | 8,32          | 100    | 5,22           | 100    | 7,43              | 100    | 10,77          | 100    | 3,77                | 100    | 3,75     | 100    |
| 1998 | 8,28          | 100    | 5,48           | 105    | 7,24              | 97     | 11,30          | 105    | 3,87                | 103    | 3,84     | 102    |
| 1999 | 8,24          | 99     | 5,57           | 107    | 7,13              | 96     | 11,33          | 105    | 3,95                | 105    | 3,92     | 105    |
| 2000 | 9,03          | 109    | 6,16           | 118    | 7,66              | 103    | 12,18          | 113    | 4,14                | 110    | 4,13     | 110    |
| 2001 | 10,25         | 123    | 7,31           | 140    | 8,59              | 116    | 13,38          | 124    | 4,49                | 119    | 4,56     | 122    |
| 2002 | 10,32         | 124    | nd             | nd     | 8,94              | 120    | 13,81          | 128    | 4,62                | 123    | nd       | nd     |
| 2003 | 10,77         | 129    | nd             | nd     | 9,18              | 124    | 14,40          | 134    | 4,77                | 127    | nd       | nd     |

Fuente: CSO/Mintel

El precio medio de venta de las tiras de bacon se ha incrementado en un 40% desde 1997 al 2001. Los precios del bacon del lomo subieron un 29% entre 1997 y 2003, mientras los precios del jamón cocinado se incrementaron un 34% en ese periodo. Las salchichas de cerdo aumentaron su precio un 27% entre 1997 y 2003.

En los supermercados, los precios orientativos de los productos españoles para envases al vacío de 100 gramos en lonchas son de 2€ el chorizo, 3€ el jamón serrano, 3,4€ el lomo embuchado, 2€ para el salami y el salchichón. Con precios ligeramente superiores para cada tipo de producto cuando se trata de especialidades o variedades extra.

Los embutidos son considerablemente más caros que en España, obviamente hay que tener en cuenta que hablamos de productos importados cuando se trata de embutidos europeos como el chorizo, el jamón italiano o español, los salami o mortadelas. Es

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

complicado estimar cuanto más caros son de media los productos en Irlanda, por tratarse de calidades y productos muy diferentes entre sí. Pero sirva de ejemplo aproximado que un jamón cocido de calidad media es un 57% más caro que en España. El consumidor irlandés está dispuesto a pagar un precio elevado por productos de alta calidad. Así se pueden encontrar en tiendas delicatessen o en ciertos supermercados jamones cocidos a 24 euros el kilo o jamón Prosciutto a 45 euros el kilo. No obstante, en el caso del jamón ibérico, el consumidor irlandés en general no sabe apreciar su calidad superior y no estaría dispuesto a pagar unos precios superiores por él. Aunque empieza a conocerse por los periodistas especializados, de momento el jamón serrano tendría una aceptación mayor que el ibérico.

## **VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

En líneas generales, el consumidor irlandés de productos alimentarios opta por productos irlandeses, esta tendencia es aún más marcada en el caso de productos y transformados cárnicos exigiendo productos 100% irlandeses debido a la crisis de las EEB. Sin embargo, como la industria nacional del embutido es muy reducida, el consumo de productos como el jamón serrano, el chorizo o salami, de origen extranjero no se ve afectado.

Los productos españoles típicos por excelencia dentro del sector cárnico irlandés son el chorizo y el jamón serrano. Existen al menos dos tipos de consumidores claramente definidos para los embutidos españoles. Por un lado, el consumidor irlandés selecto, con un alto poder adquisitivo y un gusto sofisticado que compra productos delicatessen de alta calidad provenientes de diferentes países. Por otro lado, el consumidor de clase media, con una tendencia creciente a emplear menos tiempo en la elaboración de la comidas y por tanto a consumir menos carne sin preparar, empaquetada y lista para el consumo.

Entre las marcas más destacadas que ofrecen productos españoles presentes en los supermercados irlandeses se encuentran La Espina, Sol, Campofrío y La Almedaña. Con un surtido que comprende bacon, chorizo, salamis, salchichones, lomo, jamón cocido o serrano en distintos formatos y variedades., si bien generalmente se vende en lonchas y envasados al vacío.

La venta del jamón serrano en Irlanda, como en otros países, presenta ciertas peculiaridades. El consumidor irlandés no lo conoce bien y lo confunde con otros jamones, sobre todo con el de Parma, aunque también con el de Bayona, y aunque una vez que lo prueban por regla general lo consideran muy bueno, es muy difícil que lo hagan si se presenta con hueso. El jamón serrano se suele importar deshuesado, debido a que el jamón entero no tiene aceptación entre los minoristas, ya que no lo pueden vender entero ni sabrían como cortarlo.

La competencia al embutido y jamón español se encuentra así en las importaciones, especialmente las italianas de jamón de Parma y las de centro de Europa en cuanto a embutidos. Así por ejemplo, se pueden encontrar salchichas Toulouse, Bratwurst,

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

Montbelliard, jamones de Parma, Prosciutto, de Bayonne, Pastrami de Westfalia o muy diversas variedades de salami y de pepperoni.

En líneas generales el consumidor irlandés es muy receptivo a la degustación de productos nuevos. No obstante, existe un freno al consumo del embutido de origen español en parte por el desconocimiento del producto y oportunidades de uso, en parte por el mejor reconocimiento del jamón de Parma y también por la competencia de otros productos “sustitutivos” como puede ser el jamón cocido, que además, puede encontrarse más barato.

En general, los chorizos sí que son percibidos como un producto de origen español por el consumidor irlandés. En cambio, el jamón serrano tiende a ser considerado más como una variedad más de jamón curado pero desconocen que sea de origen español. El jamón curado en Irlanda está tradicionalmente relacionado con el jamón de Parma y el serrano suelen confundirlo con el mismo.

## **VII. DISTRIBUCIÓN**

En este apartado se detallan las principales formas de distribución agroalimentaria minorista que existen en Irlanda. En primer lugar hay que tener en cuenta ciertas características del mercado irlandés:

-La ley no permite aún la existencia de tiendas de alimentación mayores de 3.500 m<sup>2</sup> en el área metropolitana de Dublín y 3.000 m<sup>2</sup> en el resto del país.

-Las cadenas tradicionales de supermercados son conocidos como “multiples” y copan la mayor cuota de mercado de la distribución agroalimentaria minorista.

-Las tiendas de conveniencia representan una cuota de mercado de un 10% aproximadamente, una cuota mucho más elevada que en España, y funcionan como franquicias. Los franquicias son conocidos como “franchises” o “symbols”. SuperValu es la única cadena de supermercado importante que opera bajo el sistema de franquicia.

- Los hard discounts representan aún una pequeña cuota de mercado, en torno a un 5%

En cuanto a la distribución en el mercado de la carne procesada puede desglosarse en ventas a través de supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas gourmet, carnicerías tradicionales y mercadillos (generalmente los fines de semana). Los supermercados y las tiendas de conveniencia representan el 55% de las ventas de carne procesada en la República de Irlanda. El 45% restante se vende mediante carnicerías y delicatessen independientes.

### **Supermercados**

Los mayores distribuidores al detalle en Irlanda son Tesco, Dunnes, SuperValu y Superquinn. El supermercado líder en cuota de mercado en Irlanda es Tesco, que cuenta con 79 establecimientos en Irlanda. Dunnes Stores es el segundo más grande distribuidor en Irlanda con 125 tiendas, 76 de las cuales son tiendas de alimentación. Le sigue SuperValu que cuenta con 211 establecimientos del grupo. Superquinn posee 20 tiendas en la República de Irlanda y es el líder de mercado en la región alrededor de Dublín y tiene planes de expandirse regionalmente en los próximos 5 años.

## EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA

**CUADRO 11: Cuotas de mercado de los supermercados**

| Cadenas de supermercados | % Cuota de mercado |
|--------------------------|--------------------|
| Tesco                    | 25,7               |
| Dunnes Stores            | 22,4               |
| SuperValu                | 19,1               |
| Superquinn               | 8,5                |
| Otros                    | 7                  |

Fuente: TNS Worldpanel 2005

De cara a la introducción de embutidos en Irlanda se debe tener en cuenta que las cadenas de supermercados no suelen importar directamente sino que lo hacen normalmente a través de un importador o distribuidor. Las decisiones de compra las toma el director de compras (purchasing director) de la división de alimentos refrigerados (chilled products) de las oficinas centrales del grupo de compra mayorista de la cadena de supermercados. El proceso es más complejo cuando los establecimientos operan mediante el sistema de franquicia. Una vez que la central ha decidido incorporar un producto dentro de su cartera de productos, el propietario de cada establecimiento individual (franquiciado) suele poder decidir si incorpora o no el producto a las estanterías de su establecimiento. Es por ello que aunque la central haya incorporado un nuevo producto en su cartera, el importador ha de hacer una nueva presentación que incluya degustación para el franquiciado.

En la introducción de nuevos tipos de embutidos en los supermercados es necesaria la realización de degustaciones destinadas al consumidor final para dar a conocer el producto. Esto es especialmente importante cuando se trate de un producto completamente nuevo cuyo sabor y forma de preparación sean desconocidas. De hecho, es práctica habitual que las cadenas de supermercados impongan a los importadores como condición que realicen degustaciones cuando introduzcan nuevos embutidos

En cuanto a los envases de los embutidos, estos se presentan en envases entre 100 o 200 gramos envasados al vacío. Todos los supermercados tienen una amplia selección jamón cocido y bacon, el rango de productos europeos es más limitado. Las principales marcas locales, dejando de lado las marcas blancas de los distintos supermercados, son Carroll, Ballyfree, Denny, Galtee y Shaws.

Por otro lado, destaca la creciente tendencia por parte de los productores a una implicación más activa en la cadena de suministro. Los principales procesadores proporcionan la carne troceada y empaquetada a los supermercados.

### **Tiendas de conveniencia**

Las principales **tiendas de conveniencia** en Irlanda son Spar (400 establecimientos), Centra (350), Londis (300) y Mace (200). El grupo Musgrave incluye la cadena de supermercado SuperValu y las tiendas de conveniencia Centra.

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

Tal y como se ha comentado anteriormente las tiendas de conveniencia funcionan mediante un sistema de franquicia. Respecto a la introducción de nuevos productos, se debe tener en cuenta lo explicado anteriormente en el caso de SuperValu. Asimismo, las degustaciones son fundamentales y a menudo exigidas por los symbols y sus oficinas centrales.

El sector de las tiendas de conveniencia en Irlanda ha crecido durante los últimos 5 años debido a los cambios del consumidor tanto en los estilos de vida como en su demografía. Esto ha impulsado la demanda de nuevos formatos de venta al detalle y horarios de apertura más extensos. Las tiendas de conveniencia son localizaciones clave para la compra por impulso y de emergencia. Se ubican en pequeños establecimientos, como pueden ser bajos comerciales de los edificios, o en forma de pequeños supermercados, con una amplia variedad de artículos tanto de alimentación como de otro tipo con un rango de precios sensiblemente más alto que el de los supermercados. Estas tiendas hacen un fuerte énfasis en alimentos para llevar y comidas preparadas. Se estima que las ventas de comida preparada para llevar puede representar más del 30% de las ventas de las tiendas de conveniencia. El formato de tiendas de conveniencia se adapta a las características de los productos cárnicos preparados y a las nuevas necesidades de los consumidores.

Uno de los cambios más llamativos en el sector de las tiendas de conveniencia es el creciente desarrollo de los mostradores para dispensar comidas tanto frías como calientes en el interior de las tiendas. Así muchas tiendas de conveniencia utilizan estos mostradores de comida para crear un punto de interés y de atracción para consumidores. El área de las comidas calientes está experimentando un crecimiento extraordinario y es uno de los puntos que ofrece los márgenes más elevados.

### **Hard discounts**

Aldi y Lidl representan aproximadamente el 5% de las ventas de los supermercados. Normalmente operan mediante tiendas de más reducidas dimensiones que en otros países. Tanto Lidl como Aldi planean expandir su número de tiendas en Irlanda. Iceland tiene un limitado número de tiendas en Irlanda y, de acuerdo a informes de prensa, no pretende expandirse más.

### **Marks & Spencer**

Marks & Spencer también tiene una presencia limitada en Irlanda y está concentrado en los mayores núcleos urbanos como Dublín y Cork.

### **Otros**

Otro punto de distribución alternativo es el de los **mercados al aire libre de los fines de semana**, donde los productores locales ofrecen sus embutidos de fabricación artesanal y principalmente biológicos así como productos de origen internacional, principalmente embutidos y quesos continentales.

## **VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO**

Irlanda es un país miembro de la Unión Europea y por tanto, la mayoría, si no toda su legislación alimentaria, se deriva de la comunitaria. La negociación de dicha legislación y la responsabilidad de la aplicación de las decisiones, directivas y regulaciones acordadas en Bruselas se reparte entre diferentes departamentos del gobierno. La Food Safety Authority of Ireland es el único organismo regulador responsable encargado de la aplicación de la legislación sobre seguridad alimentaria en Irlanda.

### **Condiciones para la exportación a Irlanda de productos de origen animal provenientes de la Unión Europea:**

1. Control de productos de origen animal (S.I.\* 390/2002): No se permite la entrada en Irlanda de productos de origen animal a no ser que vayan acompañados de un documento que incluya:

- Descripción precisa del producto
- Descripción precisa del contenedor o vehículo que contenga el producto
- Cantidad de producto
- Temperatura (en el caso de carne congelada)
- País y lugar de origen del producto
- País y lugar desde donde se ha despachado el producto
- Especie animal de la que deriva el producto
- Nombre y dirección del remitente de la mercancía, así como la dirección y el número de aprobación o registro de la planta de donde proviene el producto
- Nombre y dirección de destino final del producto dentro de Irlanda
- Nombre y dirección del destinatario del producto

2. Aplicación de la Decisión del Consejo 98/256, implementada en Irlanda por medio del S.I. 464/1999, en relación a las medidas especiales a aplicar en la importación de ganado, carne y productos de origen bovino procedentes del Reino Unido con vistas a evitar la expansión de la encefalopatía bovina espongiforme: estos productos deberán ir acompañados de un certificado sanitario que acredite que están libres de peligro

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

3. Aplicación Directivas europeas 89/662 y 90/425 implementadas en Irlanda por medio de S.I. 289/1994

-Registro de importadores de ganado y productos de origen animal: personas que deben registrarse en el Ministerio de Agricultura (Department of Agriculture & Food):

- Distribuidores de ganado, mascotas, semen, ovarios, embriones, aves y huevos importados
- Importadores de los productos anteriormente mencionados
- Importadores de productos de origen animal, entre los que se incluyen: carne, productos cárnicos, carne de ave, productos de carne de ave, carne de caza, leche, productos lácteos, comida para mascotas, sangre, suero, cuernos, huesos, pieles, lana, pelo, plumas, estiércol, etc.

El Food Labelling Group (Grupo para el etiquetado de alimentos) en la República de Irlanda remitió un informe al Ministerio de Agricultura y Alimentación en febrero de 2003 con importantes recomendaciones sobre la información que los consumidores deben tener sobre los alimentos que compran. El informe proponía que se deber proporcionar a los consumidores en la República de Irlanda con información sobre el total de carne contenida, desglosada según las especies de las que proviene, en todos los productos de carne procesada, o productos alimentarios con la carne como ingrediente, vendidos tanto al detalle como en cadenas de restauración (foodservice sector). Actualmente, es posible para alimentos importados sometidos a pocos cambios el ser presentados como irlandeses debido a la ausencia de legislación específica al respecto..

En cuanto a la carne procesada y los alimentos con carne como ingrediente integrante, una nueva regulación de la Comisión europea es aplicable desde el 1 de julio de 2003. Esta regulación obliga a desglosar completamente el contenido total de carne por especies indicándolo en la etiqueta o envase de los productos cárnicos. Una legislación adicional será requerida para extender su aplicación a alimentos sueltos y cadenas de restauración (foodservice sector). Además, la UE requiere que todos los alimentos y piensos posean trazabilidad antes de 2005.

Respecto a la conservación de ciertos productos cárnicos como son el chorizo y el jamón serrano, tanto los consumidores como las inspectores del Ministerio de Sanidad de Irlanda suelen considerar que la única forma de almacenar y exponer embutidos es en vitrinas refrigeradas, aunque no hay obligación legal y se les ha indicado repetidamente que los chorizos y jamones pueden ser colocados fuera de un refrigerador sin ningún problema.

El organismo encargado del control y de la regulación de los alimentos producidos y distribuidos en Irlanda es la Food Safety Authority of Ireland (FSAI), de carácter independiente y creado por ley bajo el auspicio del Ministerio de Salud e Infancia.

Ver los enlaces de Internet al folleto informativo del etiquetado y legislación alimentaria en anexos nº 5: Otras direcciones de interés.

# **IX. ANEXOS**

## **1. EMPRESAS**

### **PRINCIPALES IMPORTADORES DE EMBUTIDOS Y JAMONES**

Un listado más detallado de importadores está disponible a través de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dublín.

#### **BOYNE VALLEY FOODS LTD.**

Platin Road  
Drogheda  
Co. Louth  
Tel: 00353 419870300  
Fax: 00353 419870339

#### **DELICATESSEN MEAT SUPPLIES LTD.**

66 Cherry Orchard Ind. Est.  
Ballyfermot  
Dublin 10  
Tel: 353-1-626 17 06  
Fax: 353-1-626 26 46  
E-mail: delimeat@indigo.ie

#### **DAVID McCANN & CO.**

Unit 5, Balfe Road  
Walkinstown  
Dublín 12  
Tel: 353-1-456 68 45  
Fax: 353-1-456 68 46  
E-mail: valleymt@iol.ie

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

### **EIRESPAN LTD.**

Unit J3 / K12  
The Merchant Yard  
East wall road  
Dublín 1  
Tel.: 00353-1-8881887  
Fax: 00353-1-8881886  
E-mail: monica@eirespan.com

### **GLEENELY FOODS**

Merchants Yard  
East Wall Road  
Dublin 1  
Tel: 353-1-855 72 75  
Fax: 353-1-855 66 25  
E-mail: gleneelyfoods@eircom.net

### **HORGAN'S DELICATESSEN SUPPLIES LTD.**

Knockmuck  
Mitchelstown  
Co. Cork  
Tel: 353-25-249 77  
Fax: 353-25-249 92  
Contacto: Michael Horgan  
E-mail: horgdeli@iol.ie

### **PALLAS FOODS**

Arda Rd  
Newcastle West  
Co. Limerick  
Tel: 353-69-20200  
Fax: 353-69-20201  
E-mail: dennis-murphy@pallasfood.com

### **SOLERA LTD**

20 The Sweepstakes  
Ballsbridge  
Dublín 4  
Tel.: 353-1- 6671663  
Fax.: 353-1- 6678016

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

### **SHERIDANS CHEESEMONGERS**

Athboy Creamery  
Athboy, Co. Meath  
Tel: 00353 -46 9430373  
Fax: 00353- 46 9430375  
E-mail: info@sheridanscheesemongers.com  
fiona@sheridanscheesemongers.com

### **PRINCIPALES PRODUCTORES:**

#### **GERMAN SALAMI CO.**

Avenue Road  
Dundalk  
Co. Louth  
Tel: 353-42-347 58  
Fax: 353-42-344 41  
E-mail: gsalami@tinet.ie

#### **K & C NORTON WHOLESALE FOODS LTD**

Unit 5C  
Ballymount Trading Estate  
Dublin 12  
Ireland  
Tel. (01) 4503062  
Fax (01) 4504889  
Email: kcnortonfoods@eircom.net

## **2. FERIAS**

La Oficina asiste y elabora informes sobre ferias del sector disponibles a través de la página web del Icxex: [www.icex.es](http://www.icex.es)

### **IFEX**

Feria de alimentación, bebidas y restauración. De carácter anual, su lugar de celebración alterna entre Dublín y Belfast, dedicada a la alimentación, la bebida y el catering

Lugar: R.D.S, Main Hall

Entidad organizadora:

Expo Exhibitions

Unit 8/9 Sandyford Office Park

Sandyford

Dublin 18

Tel.: 00353 1 2958181

Fax: 00353 1 2958187

Email: info@expo-events.com

Web: www.expo-events.com

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

### **CATEX**

Feria de Catering  
Lugar :RDS Simmonscourt Pavilion  
Entidad organizadora:  
CEA Ltd  
Falconwood  
Hainault Road  
Foxrock  
Dublin 18  
Tel: 00353 1 2070774  
Fax: 00353 1 2070775  
Web: [www.catex.ie](http://www.catex.ie)

### **VINTRA**

Feria de la hostelería  
Lugar: R.D.S., Simmonscourt  
Entidad organizadora :  
SDL Exhibitions Ltd.  
18 Main Street  
Rathfarnham  
Dublin 14  
Tel.: 00353 1 490060  
Fax: 00353 1 4908934  
Email: [info@sdlexpo.com](mailto:info@sdlexpo.com)  
Web : [www.vintra.ie](http://www.vintra.ie)

### **FORECOURT**

Feria de equipamiento para tiendas de conveniencia y estaciones de servicio  
Lugar: R.D.S., Main Hall  
Entidad organizadora:  
Key Events Ltd.  
24 Terenure Road East  
Rathgar  
Dublin 6  
Tel.: 00353 1 4901790  
Fax: 00353 1 4901792  
Email: [info@keyevents.ie](mailto:info@keyevents.ie)  
Web: [www.keyevents.ie](http://www.keyevents.ie)

### **NATIONAL FOOD & DRINK FAIR**

Se trata de una feria pequeña destinada al consumidor final donde por una entrada con un coste de unos 10 euros se pueden degustar muestras.

## **EL MERCADO DEL EMBUTIDO Y EL JAMON SERRANO EN IRLANDA**

---

### **S & L Promotions Limited**

4 Fitzwilliam Square  
Dublin 2  
Tlfno: 00353 1 6761811  
Fax: 00353 1 6761944  
[slpromotions@iol.ie](mailto:slpromotions@iol.ie)

### **3. PUBLICACIONES DEL SECTOR**

#### **ShelfLife**

CPG House, Glenageary Office Park  
Dún Laoghaire, County Dublin  
Phone: +353 1284 7777  
Fax: +353 1284 7584  
Email: [shelflife@cpg.ie](mailto:shelflife@cpg.ie)  
Web: [www.shelflife.ie](http://www.shelflife.ie)

#### **Checkout Publications Ltd**

Address: 22 Crofton Road, Dun Laoghaire, Co Dublin  
Tel: 01 280 8415  
Fax: 01 280 8309  
Web Site: <http://www.checkout.ie/>

#### **Grocer Magazine**

Address: The Mews, Eden Road Upper, Dun Laoghaire, Co. Dublin  
Tel: 01 280 9466  
Fax: 01 280 6896  
Email: [grocermag@indigo.ie](mailto:grocermag@indigo.ie)  
Web Site: <http://www.grocermag.com>

#### **Retail News**

Tara Publishing Co Ltd  
Poolbeg House  
1-2 Poolbeg Street  
Dublin 2.  
Tel: 01-2413000  
Fax: 01-2413020  
Email: [info@tarapublishingco.com](mailto:info@tarapublishingco.com)  
Web: [www.retailnews.ie](http://www.retailnews.ie)

### **4. ASOCIACIONES**

#### **FOOD AND DRINK INDUSTRY IRELAND**

Web: <http://www.fdi.ie/>

**5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS**

**DEPARTMENT OF AGRICULTURE AND FOOD**

Agriculture House, Kildare Street, Dublin 2

Tel :01 607 2000

Fax:01 661 6263

Email: [infodaff@indigo.ie](mailto:infodaff@indigo.ie)

Website: [www.irlgov.ie/daff](http://www.irlgov.ie/daff)

**IRISH FOOD BOARD**

Bord Bia - Irish Food Board

Clanwilliam Court

Lower Mount Street

Dublin 2

Ireland

Tel: 00 353 1 668-5155

Fax: 00 353 1 668-7521

E-mail: [info@BordBia.ie](mailto:info@BordBia.ie)

Web: <http://www.bordbia.ie/>

**FOOD SAFETY AUTHORITY OF IRELAND**

Food Safety Authority of Ireland

Abbey Court

Lower Abbey Street

Dublin 1

Phone + 353 1 817 1300

Fax +353 1 817 1301

Email [info@fsai.ie](mailto:info@fsai.ie)

Web: <http://www.fsai.ie/>

**Asociación de consumidores:** <http://www.consumerassociation.ie/>

**Estudio anual del mercado de la carne y el ganado en Irlanda 2003/04:**

[http://www.bordbia.ie/Industry/Profile/Meat\\_Facts/](http://www.bordbia.ie/Industry/Profile/Meat_Facts/)

**Legislación alimentaria:**

<http://www.fsai.ie/legislation/food/index.asp>

<http://www.fsai.ie/publications/index.asp>

**Etiquetado:**

[http://www.ucc.ie/fcis/PKfood\\_labelling.htm](http://www.ucc.ie/fcis/PKfood_labelling.htm)

[http://www.oasis.gov.ie/health/environmental\\_health/food\\_safety/food\\_labelling.html](http://www.oasis.gov.ie/health/environmental_health/food_safety/food_labelling.html)

[http://www.fsai.ie/industry/labelling/industry\\_labelling.asp](http://www.fsai.ie/industry/labelling/industry_labelling.asp)