



EL MERCADO DEL JAMÓN ESPAÑA



Contenido

PANORAMA DEL MERCADO

- 1.1 Introducción
- 1.2 El mercado mundial
- 1.3 El mercado interior
- 1.4 Comercio exterior
- 1.5 Los mejores jamones de 2024

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- 2.1 Consumo doméstico
- 2.2 Consumo extradoméstico
- 2.3 Dietas en España
- 2.4 jamón ibérico
- 2.5 Estacionalidad del consumo de jamón
- 2.6 Hacia la internacionalización del jamón ibérico

ESTRUCTURA DEL MERCADO

- 3.1 Elaboración del jamón
- 3.2 Producción
- 3.3 Distribución

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- 4.1 Tipo de oferta
- 4.2 Segmentación de la oferta
- 4.3 Precios
- 4.4 Evolución de los precios
- 4.5 Tendencias de la oferta: hacia arriba
- 4.6 Vientos en contra para el sector

NORMATIVA

- 5.1 Normativa europea
 - 5.2 jamón ibérico
-

Panorama del mercado

COLOCACIÓN DE LOS JUGADORES

6.1 Segmentación

1.1 Introducción

El jamón se prepara salando o cociendo la pierna o la paleta de cerdo. El mercado del jamón es un componente de la industria charcutera. cabe señalar que este estudio se refiere **únicamente al jamón de cerdo**, por lo que excluye el "jamón de ave".

En España, existen dos tipos específicos de jamón: el jamón blanco, elaborado a partir de cerdos blancos (rosados), y el jamón ibérico, elaborado a partir de cerdos ibéricos. Mientras que el jamón blanco no es específico de España, el ibérico **refleja la historia, el saber hacer y los sabores únicos de la cultura española**. El jamón ibérico es un producto de lujo con alto valor añadido que se exporta internacionalmente.

El mercado sigue en expansión. A nivel nacional, **las ventas aumentarán un 9,73% entre 2019 y 2023**, a pesar de la pandemia del covid 19. Si nos centramos en el segmento del **jamón ibérico**, el incremento es aún mayor, con **un aumento de las ventas del 22,50%**, gracias sobre todo a las **nuevas salidas internacionales**.

Panorama del mercado

1.2 El mercado mundial

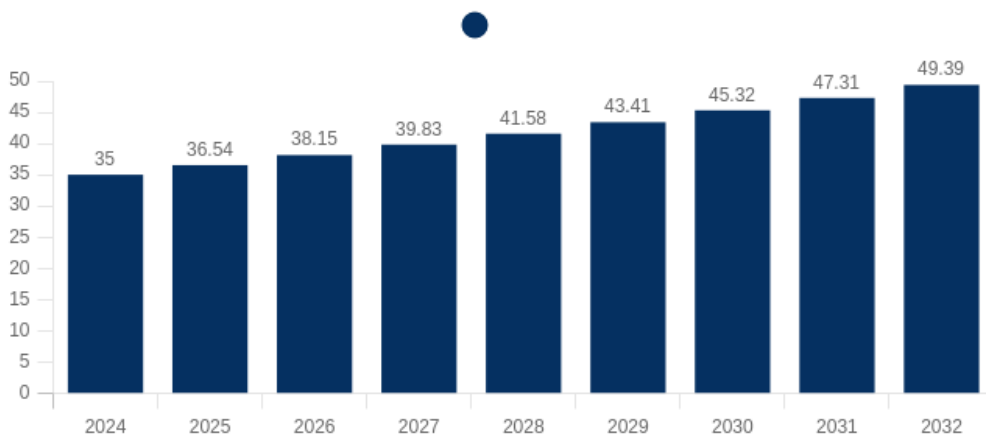
Se espera que el mercado mundial del jamón experimente un crecimiento sostenido entre 2024 y 2032, con una **TCAC** estimada del **4,4%**. En 2024, el mercado estaba valorado en **35.000 millones de dólares** y se esperaba que alcanzara los **49.390 millones de dólares** en 2032, lo que representa un aumento global del **41,1%** durante el periodo.

Este crecimiento constante se refleja en aumentos anuales, con valores previstos de **36.540 millones de dólares** en 2025, **38.150 millones** en 2026 y **45.320 millones** en 2030. Este impulso se debe a varios factores: la creciente demanda en los mercados emergentes, la innovación constante en los productos de charcutería y una preferencia cada vez mayor por los productos de primera calidad en los países desarrollados.



Previsiones para el mercado mundial del jamón

Mundo, 2024-2032, miles de millones de dólares



Fuente: [Market Data Forecast](#)

Panorama del mercado

1.3 El mercado interior

Entre 2019 y 2023, las ventas del sector del jamón en el canal nacional en España crecieron en su conjunto, pasando de **2.939,77 millones de euros** en 2019 a **2.128,49 millones de euros** en 2023, lo que supone un incremento del **9,73%**. esta tendencia fue marcada por importantes variaciones entre segmentos.

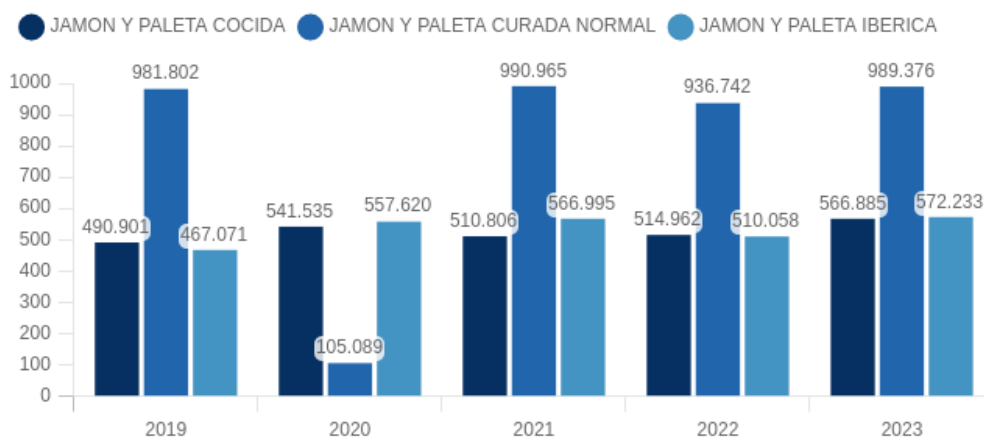
- **jamón cocido y chuletas**: este segmento registró un crecimiento constante, pasando de **490,90 millones de euros** en 2019 a **566,89 millones de euros** en 2023, lo que supone un aumento del **15,48%** en el periodo. tras una ligera caída en 2021(**-5,67%** con respecto a 2020), las ventas repuntaron hasta alcanzar su nivel más alto en 2023(**+10,08%** con respecto a 2022).
- **jamón curado clásico y chuck**: este segmento experimentó tendencias fluctuantes. Tras alcanzar un máximo en 2020 con **1.050,90 millones de euros** (**+7,04%** respecto a 2019), cayó en 2021(**-5,71%**) hasta los **936,74 millones de euros**, antes de recuperarse en 2023 hasta los **989,38 millones de euros**(**+5,62%** respecto a 2022).
- **jamón ibérico y paleta**: este segmento experimentó el crecimiento más significativo. En 2023, las ventas ascendieron a **572,23 millones de euros**, frente a los **467,07 millones de euros** de 2019, lo que supone un aumento del **22,50%**. a pesar de una ligera caída en 2022(**-10,04%** en comparación con 2021), el segmento alcanzó un nuevo máximo en 2023 (**+12,18%** en comparación con 2022).

Estas cifras demuestran que, aunque se han producido fluctuaciones en el periodo, el sector del jamón en España sigue creciendo gracias a la demanda sostenida de sus diferentes segmentos, especialmente del jamón y paleta ibéricos, que destaca como el producto de mayor valor añadido.



Ventas en el sector del jamón (canal doméstico)

España, 2019-2023, millones de euros



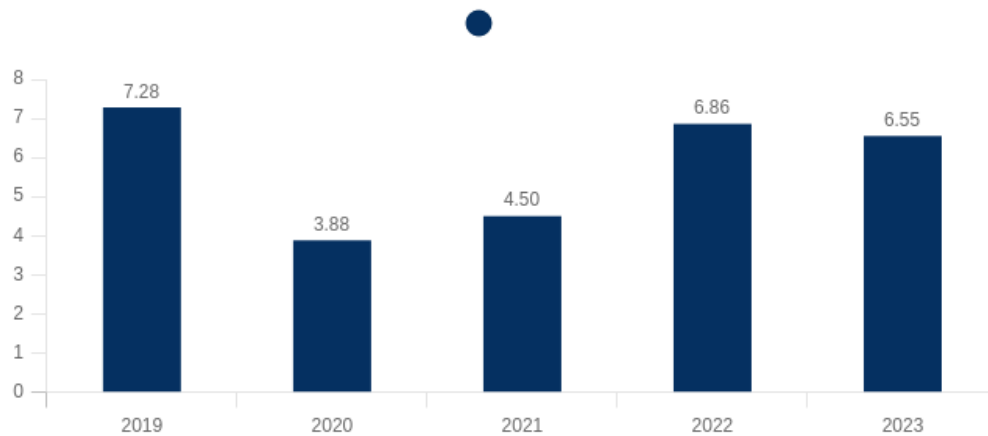
Fuente: Informe de consumo alimentario años : [2023](#), [2022](#), [2021](#), [2020](#), [2019](#)

En cuanto al consumo de jamón en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes, Cafeterías), ese **experimentó** variaciones significativas entre 2019 y 2023. En 2019, el consumo fue de **7,28 millones de kg**. Esta cantidad **descendió significativamente** en 2020, hasta los **3,88 millones de kg**, lo que supuso un descenso del **46,4%** respecto a 2019, debido principalmente a la pandemia de COVID-19 que afectó a la actividad del sector HORECA. En 2021, el consumo **aumentó ligeramente** a **4,50 millones de kg**, lo que representó un aumento del **16%** con respecto a 2020. En 2022, se produjo una **recuperación más marcada**, con **6,86 millones de kg**, un aumento del **52,7%** con respecto a 2021, marcando la recuperación del sector tras las restricciones sanitarias. En 2023, el consumo **descendió ligeramente** hasta los **6,55 millones de kg**, un **4,5%** menos que en 2022, aunque permaneció elevado en comparación con los años anteriores.



Consumo de jamón en el canal HORECA

España, 2019-2023, millones de kg



Fuente: Informe de consumo alimentario años : [2023](#), [2022](#), [2021](#), [2020](#), [2019](#)

Panorama del mercado

1.4 Comercio exterior

Jamón fresco :

Entre 2019 y 2023, el comercio exterior español de jamones, paletas y trozos de jamón sin deshuesar, frescos o refrigerados **experimentó** un marcado cambio, tanto en términos de exportaciones como de saldo comercial. Las exportaciones **casi se duplicaron** en el periodo, pasando de **470,13 millones de dólares** en 2019 a **713,96 millones** en 2023, lo que supuso un incremento del **51,8%**. Esta dinámica ilustró el fuerte crecimiento de la demanda internacional de estos productos emblemáticos.

Las importaciones, aunque modestas, **disminuyeron de forma constante**, pasando de **-40,21 millones de dólares** en 2019 a **-27,12 millones de dólares** en 2023, lo que representó un descenso del **-32,5%**. Esta tendencia reflejó una reducción de las necesidades de importación, probablemente debido a la creciente autosuficiencia y a la competitividad de los productores locales.

La balanza comercial, por su parte, **mostró un crecimiento impresionante**, aumentando un **+59,8%** entre 2019 (**429,92 millones de dólares**) y 2023 (**686,84 millones de dólares**). Esta mejora fue especialmente notable entre 2022 y 2023, con un aumento del **+68,9%**, lo que subrayó una reciente aceleración de la balanza superavitaria.

Estas cifras **pusieron de manifiesto** la fortaleza de la industria española del jamón y la paleta en el mercado mundial, impulsada por el fuerte crecimiento de las exportaciones y el control efectivo de las importaciones. Esto reflejó el aumento de la competitividad y el creciente reconocimiento internacional de la calidad de los productos españoles.



Comercio exterior de "Jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, frescos o refrigerados"

España y el mundo, 2019-2023, millones de dólares



Fuente : [UN comtrade](#)

Exportaciones:

En 2023, Italia **fue**, con diferencia, el principal socio comercial de España en las exportaciones de jamones, paletas y trozos sin deshuesar, frescos o refrigerados, con un **48,19%** del total. Francia **se situó** en segundo lugar, con un **13,23%**, confirmando su papel clave como segundo mercado para estos productos españoles. La República Checa, con un **9,92%**, **completó** el podio, subrayando la creciente importancia de los mercados centroeuropeos.

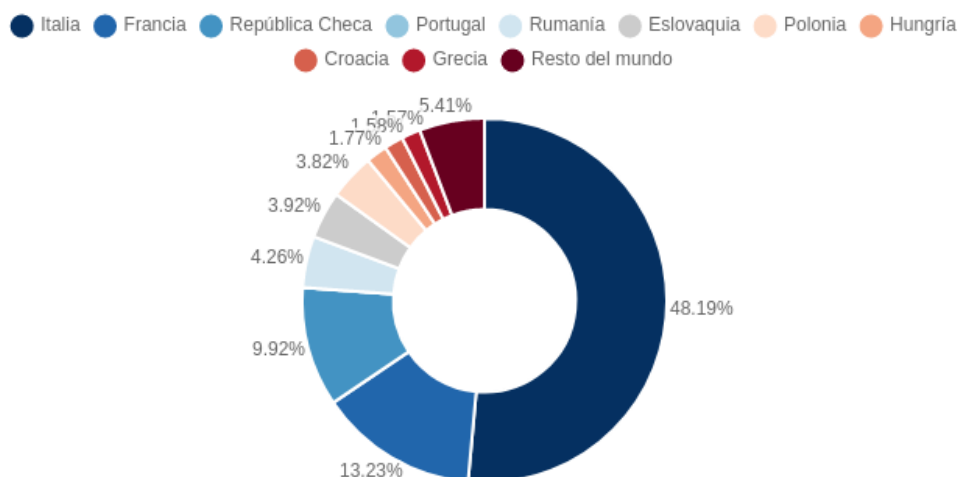
Otros destinos destacados **fueron** Portugal (**4,26%**) y Rumanía (**4,26%**), así como Eslovaquia (**3,92%**) y Polonia (**3,82%**), lo que **reflejó** el fuerte atractivo de estos productos en toda Europa del Este. Las cuotas de mercado en Hungría (**1,77%**), Croacia (**1,58%**) y Grecia (**1,57%**) **fueron** más modestas, pero **ilustraron** la diversidad de las exportaciones españolas en la región.

Por último, el resto del mundo **representó** el **5,41%** de las exportaciones, lo que **demonstró** una apertura internacional más allá del continente europeo. Estas cifras **pusieron de manifiesto** el predominio de los mercados europeos en las exportaciones españolas de carne procesada, con una fuerte concentración en mercados vecinos como Italia y Francia, al tiempo que **revelaron** oportunidades para reforzar el comercio con otras regiones.



Exportaciones españolas de "Jamones, paletas y sus trozos sin deshuesar, frescos o refrigerados"

España y el mundo, 2023, M



Fuente : [UN comtrade](#)

Importaciones:

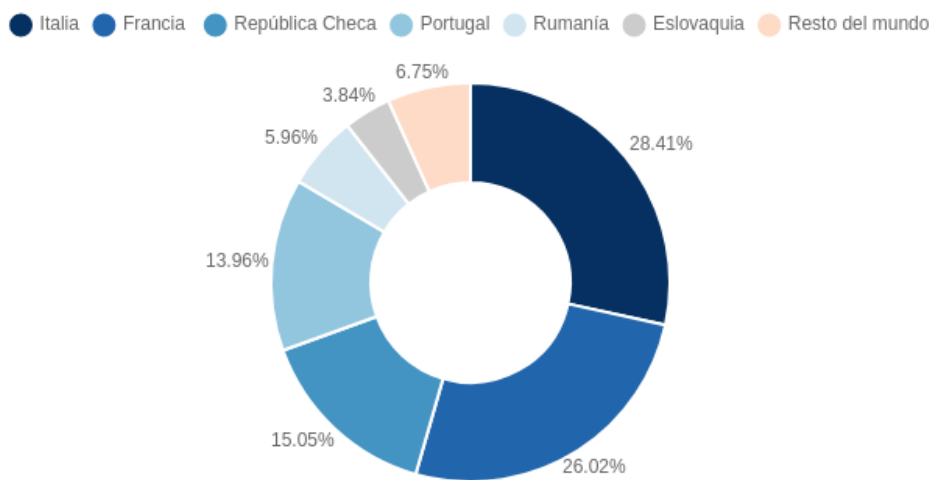
En 2023, las importaciones españolas de jamones, paletas y trozos sin deshuesar, frescos o refrigerados **estuvieron dominadas** por Italia, que **representó el 28,41%** del total. Francia **le siguió** de cerca con un **26,02%**, subrayando su papel clave como principal proveedor de estos productos a España. La República Checa, con un **15,05%**, **fue** otro actor importante, reforzando la posición de Europa Central en el comercio con España.

Portugal (**13,96%**) y Rumania (**5,96%**) también **contribuyeron** significativamente a las importaciones, reflejando el activo comercio con estos países vecinos y de Europa del Este. Eslovaquia, con un **3,84%**, **completó** los principales socios, mientras que el resto del mundo **representó un 6,75%**, lo que **puso de manifiesto** un comercio limitado pero diversificado fuera de Europa.



Importaciones españolas de "Jamones, paletas y sus trozos sin deshuesar, frescos o refrigerados"

España y el mundo, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, congelados :

Entre 2019 y 2023, el comercio exterior español de **jamones, paletas y trozos sin deshuesar congelados** mostró importantes fluctuaciones, reflejando la dinámica del mercado global y los cambios en la demanda. Las **exportaciones** alcanzaron un máximo en **2021** con **691,37 millones de dólares**, casi el doble que en **2019** (**318,47 millones**), antes de disminuir progresivamente hasta **281,90 millones** en **2023**, lo que representó un **-59,2%** menos que el pico de **2021**.

Las **importaciones**, aunque marginales, fluctuaron ligeramente durante el periodo. Oscilaron entre **-14,99 millones de dólares** en **2019** y **-12,83 millones de dólares** en **2023**, con un mínimo de **-11,43 millones de dólares** en **2022**, reflejando la baja dependencia de España de importaciones de este tipo de productos.

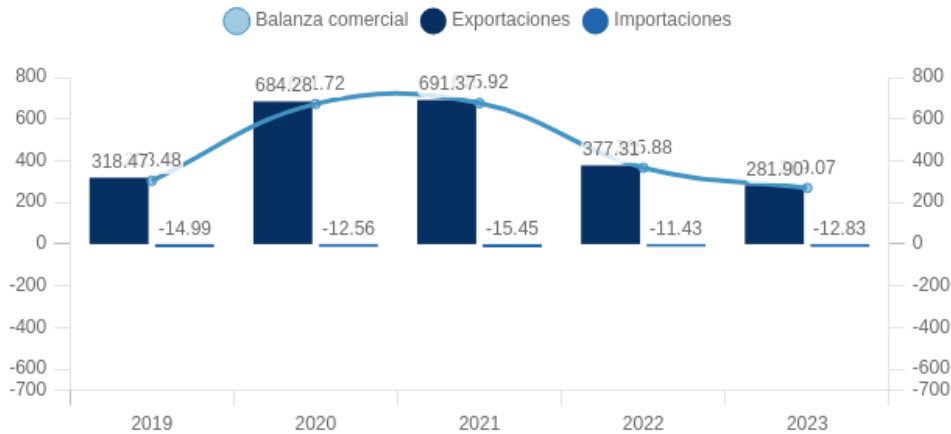
La **balanza comercial**, que permaneció ampliamente excedentaria, siguió la misma tendencia que las exportaciones. Tras alcanzar un máximo en **2021** de **675,92 millones de dólares**, cayó hasta **269,07 millones** en **2023**, un **-60,2%**

menos que el máximo alcanzado, lo que refleja la contracción de las exportaciones, aunque España continuó como un importante exportador neto en este segmento.



Tendencias del comercio exterior de "jamones, paletas y trozos de jamón sin deshuesar, congelados"

España y el mundo, 2019-2023, millones de dólares



Fuente : [UN comtrade](#)

Exportaciones:

En **2023**, las exportaciones españolas de **jamones, paletas y trozos sin deshuesar congelados** estuvieron dominadas ampliamente por **China**, que representó el **70,26%** del total. Esto reflejó la fuerte dependencia de este mercado y consolidó a China como el socio comercial clave en este segmento.

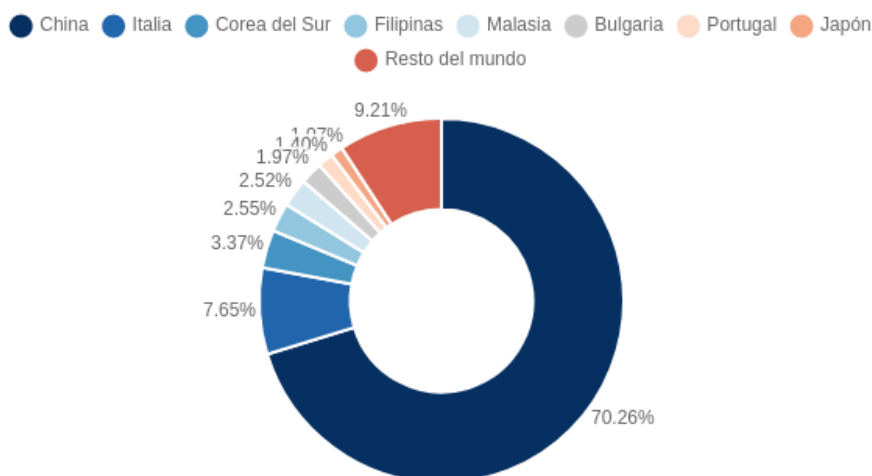
Italia, en segundo lugar, aportó el **7,65%** de las exportaciones, confirmando su posición como el principal mercado europeo para estos productos. Otros destinos asiáticos como **Corea del Sur (3,37%)**, **Filipinas (2,55%)** y **Malasia (2,52%)** también desempeñaron un papel significativo, subrayando el atractivo de los productos españoles en la región.

En Europa, destinos como **Bulgaria (1,97%)** y **Portugal (1,40%)** realizaron contribuciones menores pero significativas, mientras que **Japón (1,07%)** reforzó la presencia de productos españoles en el mercado asiático de gama alta.

Por último, el **resto del mundo** representó el **9,21%** de las exportaciones, mostrando una diversificación más allá de los principales mercados asiáticos y europeos. Estas cifras pusieron de manifiesto el predominio del mercado asiático, especialmente China, mientras subrayaron las oportunidades de crecimiento en otros mercados internacionales.

Destino de las exportaciones españolas de jamones, paletas y sus trozos sin deshuesar congelados.

España y el mundo, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Importaciones :

En **2023**, las importaciones españolas de **jamones, paletas y trozos sin deshuesar congelados** procedieron principalmente de países europeos, con un claro dominio de **Dinamarca**, que acaparó el **22,56%** de las importaciones totales. **Alemania**, con un **17,07%**, se consolidó como el segundo proveedor, seguida por **Polonia** con un **15,54%**, destacando la creciente relevancia de Europa Central en este comercio.

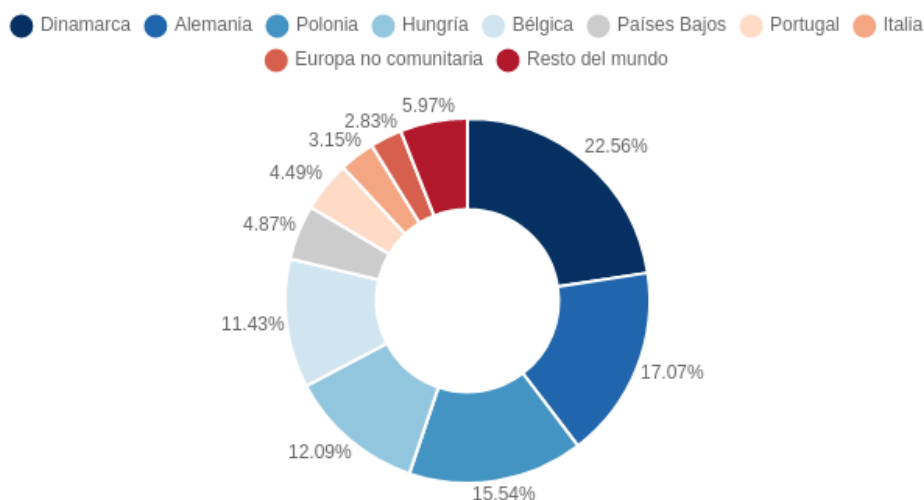
Otros proveedores importantes incluyeron **Hungría (12,09%)** y **Bélgica (11,43%)**, reforzando el papel de Europa Central y Occidental. **Países Bajos (4,87%)** y **Portugal (4,49%)** contribuyeron de manera más modesta, mientras que **Italia**, con un **3,15%**, tuvo una participación más limitada en las importaciones españolas.

Por otro lado, Europa no perteneciente a la UE representó el **2,83%** de las importaciones, reflejando una disminución de los flujos con países fuera del bloque. Finalmente, el **resto del mundo** representó el **5,97%**, destacando una diversificación limitada pero significativa hacia socios de fuera de Europa.



Origen de las importaciones españolas de jamones, paletas y trozos de jamón sin deshuesar congelados.

España y el mundo, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Jamón en conserva :

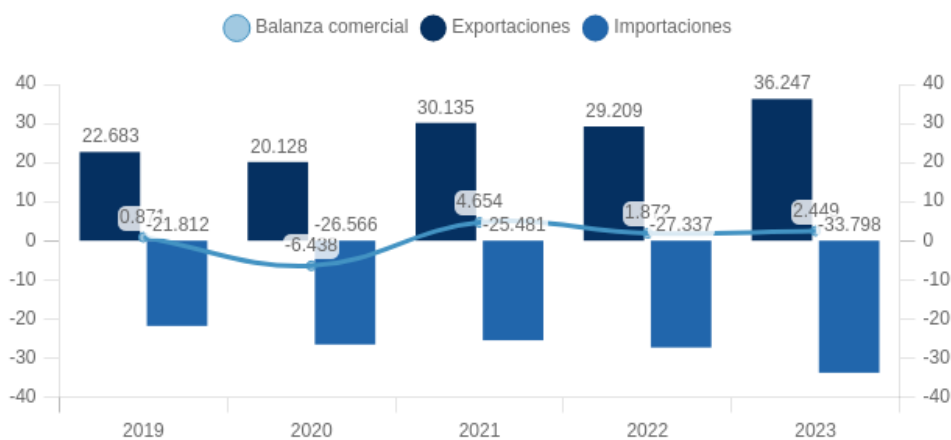
Entre **2019 y 2023**, el comercio exterior de España de **jamones y trozos de jamón preparados o conservados** (incluidos los cocidos, ahumados o en conserva) **presentó** variaciones significativas. Las **exportaciones aumentaron** de manera constante durante el periodo, pasando de **22,683 millones de dólares** en **2019** a **36,247 millones de dólares** en **2023**, lo que **representó** un crecimiento del **+59,9%**. Este aumento **reflejó** la creciente demanda internacional de productos españoles de calidad.

Por otro lado, las **importaciones también aumentaron**, pasando de **-21,812 millones de dólares** en **2019** a **-33,798 millones de dólares** en **2023**, lo que **supuso** un incremento del **+55,0%**. Este aumento de las importaciones **indicó** que el mercado español **se abrió** a los productos transformados procedentes de otros países.

La **balanza comercial**, aunque positiva en tres de los cinco años, **fue** muy volátil. En **2019**, **se situó** en **0,871 millones de dólares**, para **pasar** a ser deficitaria en **2020**, con **-6,438 millones**, debido al fuerte aumento de las importaciones. En **2021**, **volvió** a registrar un superávit de **4,654 millones de dólares**, antes de **caer** nuevamente a **1,872 millones** en **2022** y, finalmente, **alcanzar** los **2,449 millones** en **2023**, un aumento del **+30,8%** en comparación con **2022**.

Comercio exterior de "Jamones y trozos de jamón, preparados o conservados (incluidos los cocidos, ahumados o en conserva)"

España y el mundo, 2019-2023, millones de dólares



Fuente : [UN comtrade](#)

Exportaciones:

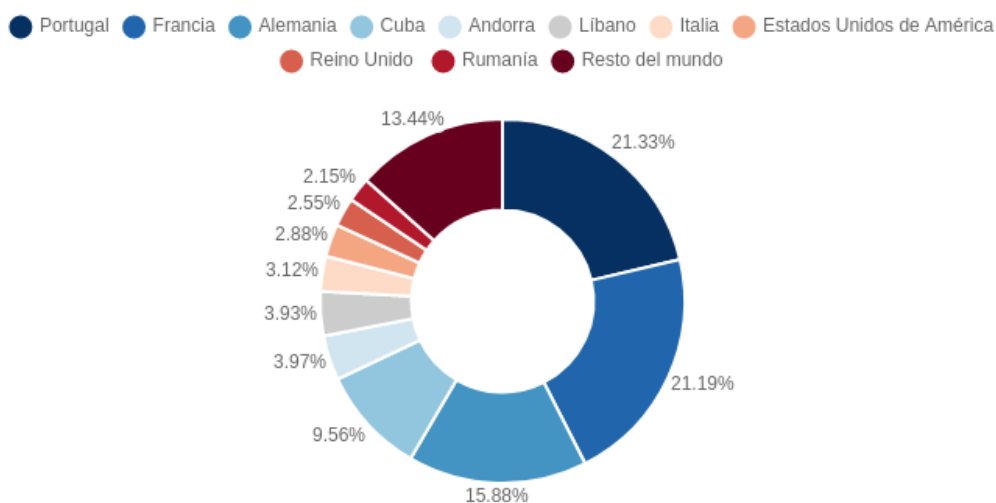
En **2023**, las **exportaciones españolas de conservas de jamón** estuvieron ampliamente dominadas por los destinos europeos, con **Portugal (21,33%)** y **Francia (21,19%)** a la cabeza. Estos dos países vecinos, estrechamente vinculados a España por su proximidad geográfica y su comercio histórico, **fueron** las principales salidas de este producto.

Alemania, en tercer lugar, **ocupó** el **15,88%**, lo que **confirmó** la importancia del mercado europeo para los exportadores españoles. Fuera de Europa, mercados más específicos como **Cuba (9,56%)** y **Libano (3,93%)** también **mostraron** una demanda notable, lo que **reflejó** el atractivo de los productos españoles en regiones más lejanas.

Entre otros destinos, **Andorra (3,97%)**, **Italia (3,12%)**, **Estados Unidos (2,88%)** y **Reino Unido (2,55%)** representaron cuotas menores pero significativas, reflejo de la diversificación de las exportaciones. **Rumanía (2,15%)** y el **resto del mundo (13,44%)** subrayaron el interés que **despertaron** las conservas de jamón en los mercados más pequeños o emergentes.

Destinos de las exportaciones españolas de conservas de jamón

España y Ide



Fuente : [UN comtrade](#)

Importaciones:

En **2023**, las **importaciones españolas de jamón en conservas se concentraron** fuertemente en los socios europeos. **Italia fue** el principal proveedor, con un **30,37%** del total de las importaciones, seguido de cerca por **Irlanda (28,23%)** y **Alemania (22,72%)**. Estos tres países **dominaron** el comercio, subrayando su papel clave en el suministro de jamón enlatado a España.

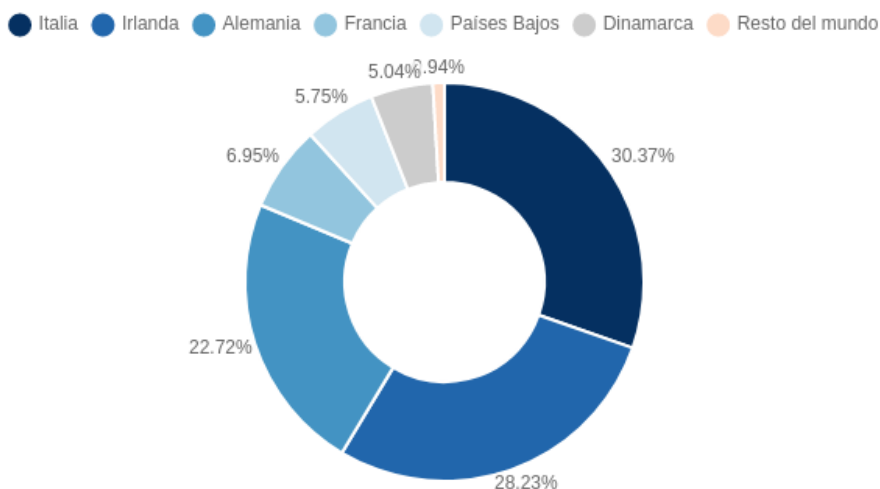
Francia contribuyó con un **6,95%**, mientras que **los Países Bajos (5,75%)** y **Dinamarca (5,04%)** tuvieron participaciones menores pero aún significativas. El **resto del mundo**, con sólo un **0,94%**, **desempeñó** un papel marginal en las importaciones, lo que **demonstró** la escasa dependencia de España de proveedores no europeos para este tipo de productos.

Estos datos **ilustraron** el fuerte predominio del comercio intraeuropeo en las **importaciones españolas de conservas de jamón**, con una marcada concentración en unos pocos socios principales, especialmente **Italia, Irlanda y Alemania**.



Desglose de las importaciones españolas de conservas de jamón

España, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Jamón en salmuera y ahumado :

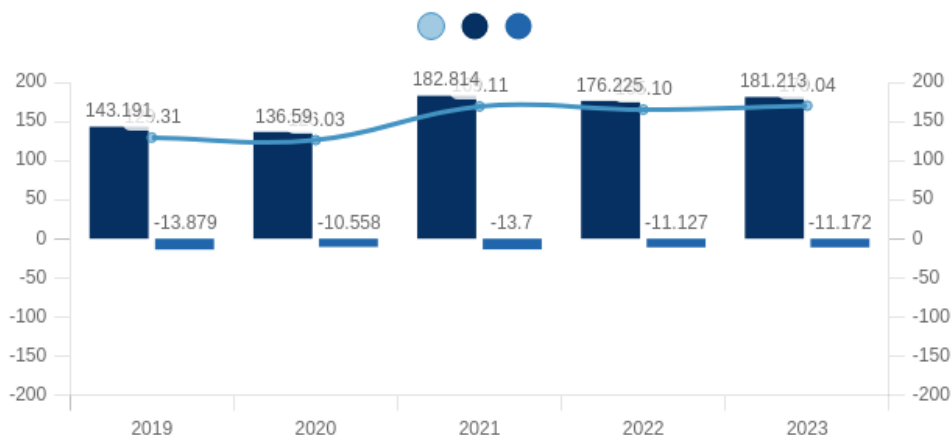
Entre 2019 y 2023, el comercio exterior español de **carne de porcino, salada o en salmuera (incluidos jamones y paletas)** mostró un notable aumento de las exportaciones, aunque las importaciones se mantuvieron relativamente modestas. Las **exportaciones** aumentaron **un 26,5%** en el periodo, pasando de **143,191 millones de dólares** en 2019 a **181,213 millones** en 2023. Este aumento refleja la creciente demanda internacional de estos productos tradicionales españoles.

Las importaciones, por su parte, se han mantenido bajas y estables, oscilando entre **-13,879 millones** en 2019 y **-11,172 millones** en 2023. Esta baja dependencia de las importaciones subraya la capacidad de España para producir localmente carne de cerdo curada para satisfacer la demanda nacional e internacional.

Así, la **balanza comercial** ha mantenido un importante superávit a lo largo del periodo, alcanzando un máximo en 2021 de **169,11 millones de dólares**, para estabilizarse en torno a **170,04 millones** en 2023, un **31,5%** más que en 2019. Estos resultados comerciales reflejan la competitividad de los productores españoles en el mercado mundial.

Comercio exterior de "Carne de animales de la especie porcina, salada o en salmuera (incluidos los jamones y paletas)"

España y el mundo, 2019-2023, millones de dólares



Fuente : [UN comtrade](#)

Exportaciones:

En **2023**, las **exportaciones españolas de carne de cerdo salada o en salmuera**, incluidos jamones y paletas, **se distribuyeron** en diversos mercados, con una fuerte concentración en destinos europeos y asiáticos. **Portugal fue** el principal punto de salida, con un **16,61%** del total exportado, seguido de **China (13,35%)**, que **confirmó** su papel como socio clave debido a su creciente demanda de productos transformados del cerdo.

Italia (12,85%) y **Francia (12,48%)** también **fueron** destinos importantes, lo que **reflejó** la proximidad geográfica y el estrecho comercio con estos dos vecinos europeos. **Alemania**, con un **6,26%**, **completó** los 5 principales mercados.

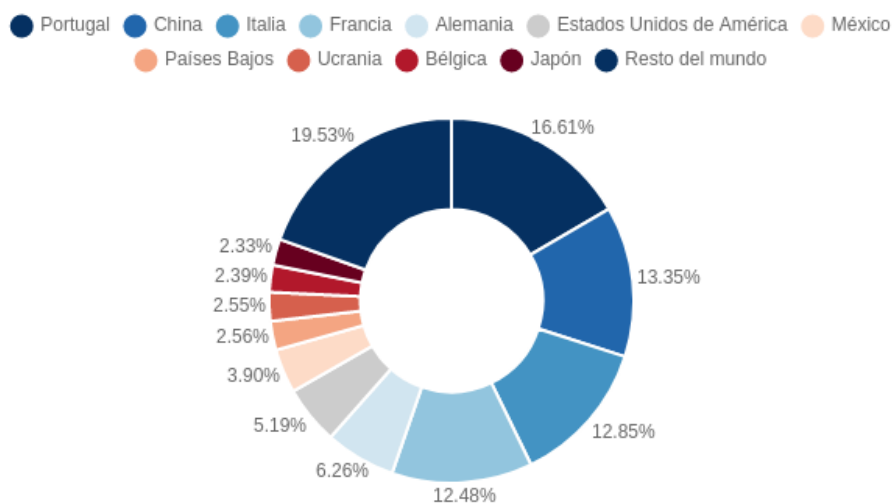
Fuera de Europa, **Estados Unidos (5,19%)** y **México (3,90%)** **destacaron** como mercados significativos en América, lo que **ilustró** el atractivo de los productos españoles en esta región. **Los Países Bajos (2,56%)** y **Ucrania (2,55%)** **realizaron** contribuciones menores pero significativas, mientras que **Bélgica (2,39%)** y **Japón (2,33%)** **consolidaron** sus posiciones en las exportaciones españolas.

El **resto del mundo**, con un **19,53%**, **reflejó** la diversificación de destinos, con flujos hacia mercados emergentes o menos tradicionales para los productos españoles. Estas cifras **reflejaron** la competitividad de la carne de porcino española en el mercado mundial, apoyada en la fuerte demanda europea y en la constante expansión hacia los mercados asiáticos y americanos.



Destinos de las exportaciones españolas de "Carne de cerdo, salada o en salmuera (incluidos los jamones y paletas)"

España y el mundo, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Importaciones :

En 2023, las **importaciones españolas de jamón salado, curado, ahumado o similar** estuvieron dominadas principalmente por países europeos, con **Alemania** a la cabeza, con **un 24,21%** del total de las importaciones. **Italia**, segundo proveedor, aportó el **20,40%**, reforzando el predominio de los dos principales socios europeos.

Las importaciones procedentes de **países de fuera de la Unión Europea** representaron **el 11,49%**, un porcentaje significativo que ilustra la diversificación del comercio más allá de las fronteras de la UE. **Portugal(11,25%)** y **Francia(9,85%)** también desempeñaron un papel importante, consolidando sus posiciones como principales socios comerciales de España.

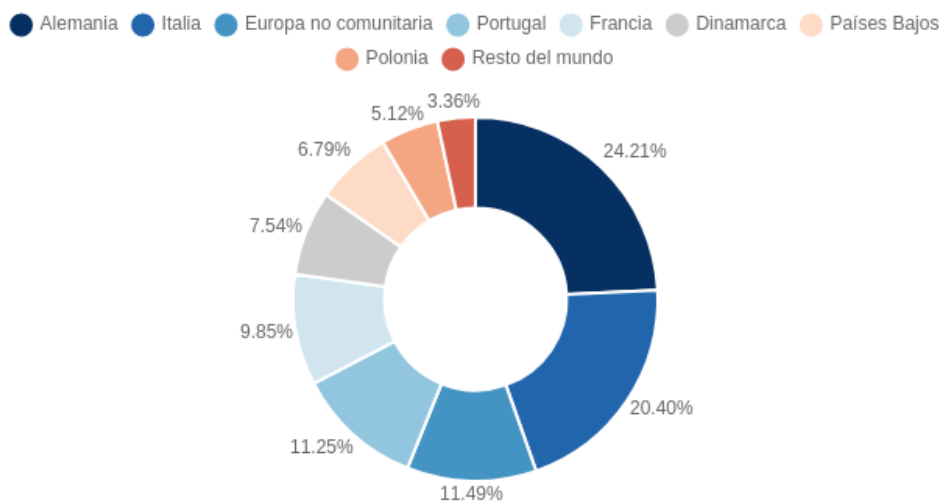
Entre los demás proveedores, **Dinamarca(7,54%)**, **Países Bajos(6,79%)** y **Polonia(5,12%)** realizaron aportaciones significativas, aunque en menor proporción. El **resto del mundo**, con **un 3,36%**, desempeñó un papel marginal, mostrando una escasa dependencia de las importaciones no europeas.

Estas cifras muestran una clara concentración de las importaciones en los mercados europeos, con una elevada dependencia de Alemania e Italia, al tiempo que demuestran una limitada apertura al comercio mundial para este tipo de productos.



Origen de las importaciones españolas de jamón salado, etc.

España, 2023, %



Fuente : [UN comtrade](#)

Panorama del mercado

1.5 Los mejores jamones de 2024

Los **dos mejores jamones de 2024** fueron coronados recientemente en los **Premios Alimentos de España**. En la categoría de **jamón serrano** (u otras figuras reconocidas de calidad), el **premio** recayó en "**Jamones Perfecto**" de la **Denominación de Origen Protegida (DOP) Jamón de Teruel**. Este jamón fue elogiado por su **masa homogénea y equilibrada**, con un corte que muestra **un magro rojo intenso y brillante** y un **veteado uniforme**. También se destacó su **gracia blanca rosada** y su **olor característico** de jamón curado y añejo, subrayando su **sabor equilibrado**.

En la categoría de **jamón ibérico de bellota**, el **premio** fue para "**Juan Manuel Gran Selección 2020**" de la **DOP Guijuelo**. Este jamón fue premiado por su **forma alargada con una fina caña, masa homogénea y magro de color rojo cereza intenso** con veteado uniforme. La **gracia brillante de color blanco rosado** y el **olor a jamón ibérico añejo** también impresionaron al jurado, que valoró especialmente su **sabor ligeramente salado, suave** y con **intensas notas de crianza**.

Los dos ganadores fueron elegidos entre **60 muestras, 25 en la categoría serrano** y **35 en la categoría ibérico**. Esta distinción confirma la excelencia y la calidad de los jamones producidos en estas regiones, reforzando aún más su reputación internacional.

Fuente: [Cárnica](#)

Análisis de la demanda

2.1 Consumo doméstico

En España, las estadísticas del jamón incluyen también otros productos dentro de la nomenclatura de carnes procesadas. Para estudiar las particularidades del consumo de jamón, nos basaremos en estos otros productos.

El mercado de la carne procesada :

En **España en 2023**, el desglose por valor del **mercado de carne procesada** mostró el predominio de los **restos de carne procesada** y de los **jamones y paletas curados tradicionales**, cada uno con un **18,5%** del valor total. Estos productos **desempeñaron** un papel central en el consumo español, entre otras cosas por su versatilidad y atractivo cultural. Los **embutidos**, con un **16,3%**, y los **jamones y paletas cocidos**, con un **10,7%**, también **confirmaron** su importancia en las preferencias de los consumidores.

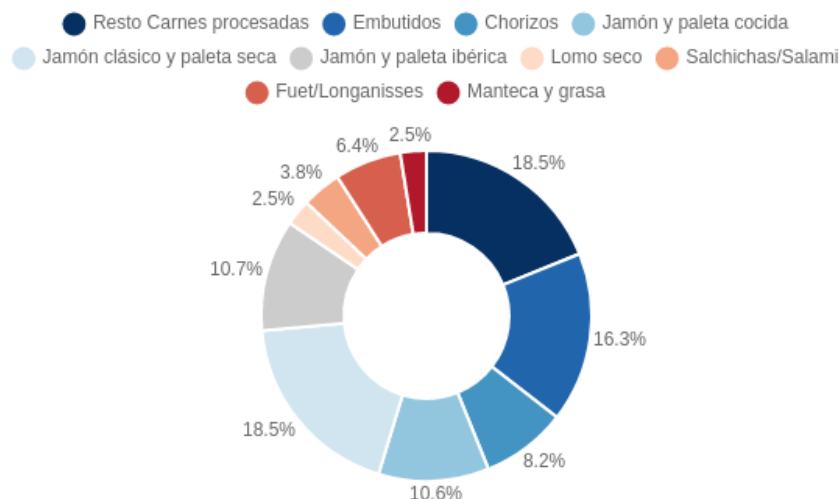
Los **jamones y paletas ibéricos**, productos de gama alta, **representaron** el **10,6%**, lo que **subrayó** su estatus de elección refinada pero menos común. Los **chorizos**, otra especialidad emblemática, **representaron** el **8,2%**, mientras que los **lomos secos**, con el **6,4%**, **completaron** la gama de especialidades populares.

Los productos con una **contribución menor**, como los **fuets/longanisses (3,8%)**, los **embutidos/salchichones (2,5%)** y el **tocino y la grasa (2,5%)**, **mostraron** su carácter más de nicho o específico en las cestas de los consumidores.



Desglose del mercado de la carne procesada por valor

España, 2023, %



Fuente : [MAPA](#)

En **términos de volumen**, el desglose de los diferentes segmentos de **jamón** dentro del **mercado de carne procesada en España en 2023** reveló tendencias que complementaron las observadas en términos de valor. Las **otras carnes procesadas** dominaron ampliamente el mercado en términos de volumen, representando el **28,0%**, seguidas de la **charcutería**, que **representó** el **20,5%**. Estos dos segmentos **confirmaron** su dominio en los hábitos de consumo, con una presencia significativa en las comidas diarias.

Entre los productos específicamente relacionados con el **jamón**, **destacaron** los **jamones y paletas normales curados en seco**, con un **13,1%**, cifra que **reflejaba** su importancia como producto mainstream. Los **jamones y**

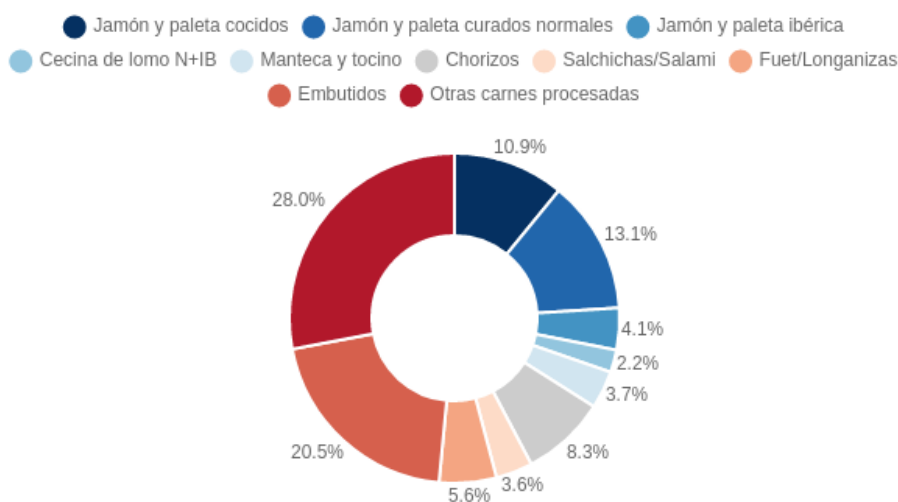
paletas cocidos representaron el 10,9%, lo que reflejaba su popularidad como producto práctico y accesible. Los jamones y paletas ibéricos, en cambio, fueron más exclusivos, con un modesto 4,1%, lo que confirmó su estatus de producto premium.

Otros segmentos, como el chorizo (8,3%), el fuet y las longanizas (5,6%), y el lomo seco (2,2%), siguieron teniendo una presencia significativa, en línea con sus raíces en las tradiciones culinarias españolas. Los embutidos/salchichones (3,6%) y la manteca de cerdo y el tocino (3,7%) completaron este desglose, aunque en volúmenes más modestos.



Desglose por volumen de los diferentes segmentos de jamón dentro del mercado de la carne procesada en España

España, 2023, %



Fuente : [MAPA](#)

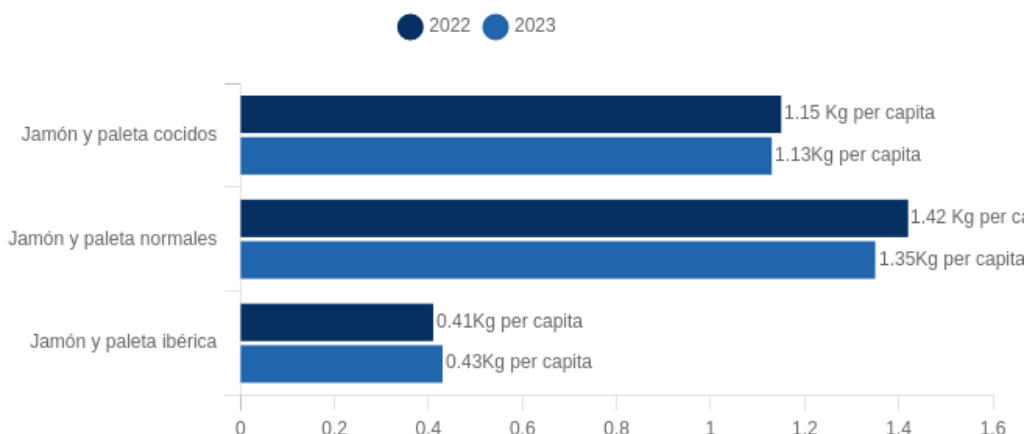
En cuanto al consumo per cápita de jamón en España entre 2022 y 2023, se observaron sutiles variaciones en función del tipo de jamón. El consumo de jamón y paleta cocidos descendió ligeramente, pasando de 1,15 kg/cabeza en 2022 a 1,13 kg/cabeza en 2023, lo que reflejaba una ligera contracción en este segmento, que podría deberse a un aumento del precio del jamón cocido.

Del mismo modo, el consumo de jamón y paleta curados normales descendió de 1,42 kg/cabeza en 2022 a 1,35 kg/cabeza en 2023 (-4,9%).

Por el contrario, el consumo de jamón y paleta ibéricos, símbolo de calidad y prestigio, aumentó moderadamente, pasando de 0,41 kg/cabeza en 2022 a 0,43 kg/cabeza en 2023 (+4,9%). Este aumento confirmó la creciente atracción de los consumidores por los productos de gama alta, a pesar de su coste generalmente más elevado.

Consumo interno por cabeza de jamón

España, 2022-2023, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

Estudio de consumo:

El consumo de carne procesada en España en **2023** **varió** significativamente según la composición de los hogares, poniendo de manifiesto comportamientos alimentarios diferenciados según las estructuras familiares y los estilos de vida. Los **pensionistas**, que **representaban** el 24,7% de la población, **concentraban** la mayor parte del volumen distribuido, con un 21,6%, y un elevado consumo medio de 13,5 kg per cápita, lo que **reflejaba** su papel central en el mercado de la carne procesada.

Las **parejas de mediana edad con hijos**, aunque **representaban** el 14,2% de la población, **contribuían** de forma significativa al volumen distribuido, con un 19,8%, gracias al elevado consumo familiar. Sin embargo, su consumo per cápita **seguía siendo** moderado, de 9,1 kg, debido al tamaño generalmente mayor de estos hogares.

Las **parejas adultas sin hijos** y las **parejas jóvenes sin hijos** tuvieron un comportamiento diferente. Las primeras, que **representaban** el 12,2% de la población, **consumían** 13,2 kg per cápita, muy por encima de la media nacional, mientras que las parejas jóvenes sin hijos, con una población más reducida (7,5%), **consumían** unos más modestos 8,9 kg per cápita.

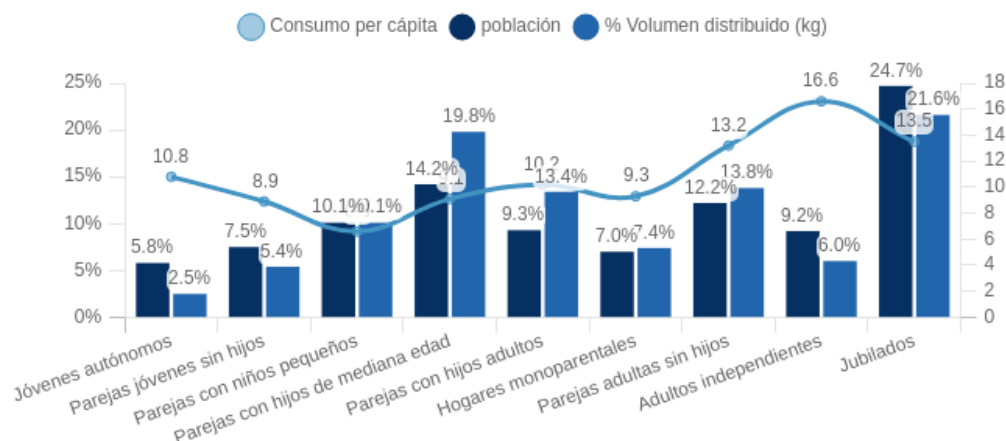
Los **jóvenes autónomos** y los **adultos autónomos**, aunque juntos **constituyeron** una proporción considerable de la población (5,8% y 9,2% respectivamente), **contribuyeron** poco al volumen global distribuido, con un 2,5% y un 6,0%, a pesar de un consumo per cápita contrastado: 10,8 kg para los jóvenes autónomos y 16,6 kg, el más elevado, para los adultos autónomos.

Por último, las **parejas con hijos adultos** (9,3% de la población) y los **hogares monoparentales** (7,0%) se **situaron** en niveles intermedios. Los primeros **consumían** 10,2 kg per cápita, mientras que los segundos, con una cuota de volumen ligeramente superior a su peso demográfico (7,4% del volumen para el 7,0% de la población), **mostraron** un consumo medio de 9,3 kg.

Estos datos **revelaron** que los hogares con una estructura familiar tradicional **solían consumir** más en volumen, mientras que los adultos independientes y los jubilados se **distinguían** por un consumo per cápita elevado, **reflejando** unos hábitos alimentarios más individualizados o de una preferencia por los productos de calidad

Consumo de carne procesada por situación familiar

España, 2023, %, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

El consumo de carne procesada en España en **2023** también **varió** según la categoría social, **revelando** marcadas diferencias entre niveles socioeconómicos. Las **categorías sociales alta y media-alta**, que **representaban** el 16,3% de la población, **aportaron** el 18,6% del volumen total distribuido, con un consumo medio per cápita de 12,5 kg, el mayor de todas las categorías. Este sobreconsumo relativo **reflejaba** un mayor acceso a productos de calidad y una propensión a gastar más en comidas que **incluían** carnes procesadas.

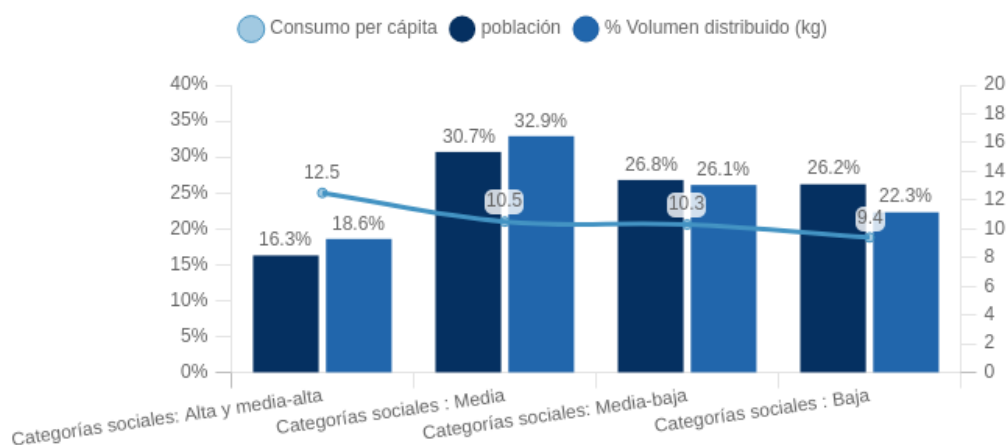
Las **categorías sociales medias**, que **representaban** el 30,7% de la población, **presentaban** una contribución proporcional al volumen distribuido (32,9%) y un consumo medio de 10,5 kg por habitante. Esto **demostraba** que esta categoría social, que era mayoritaria, **tenía** un comportamiento de consumo acorde con su peso demográfico, lo que **reflejaba** una preferencia por los productos asequibles y cotidianos.

En cambio, las **categorías sociales medias-bajas**, que **representaban** el 26,8% de la población, **contribuían** ligeramente por debajo del volumen total distribuido (26,1%) con un consumo per cápita de 10,3 kg, ligeramente inferior al de las categorías medias. Las **categorías sociales más bajas**, que **representaban** el 26,2% de la población, **tuvieron** la menor participación en el volumen distribuido (22,3%) y un consumo per cápita de 9,4 kg, lo que **ilustraba** un acceso más restringido a este tipo de producto.

Estos datos **mostraron** que, aunque las categorías sociales más altas **consumían** más per cápita, las categorías medias y bajas **seguían siendo** segmentos clave del mercado debido a su importante peso demográfico. Esto **subrayó** la importancia de ofrecer una gama diversificada de productos, adaptada a los presupuestos y preferencias de cada categoría social.

Consumo de carne procesada en función de la renta

España, 2023, %, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

Por último, al analizar el consumo de carne procesada en función de la edad, las diferencias generacionales en España en **2023** fueron especialmente acusadas. Los mayores de 65 años, que **representaban** el 28,8% de la población, **registraron** el mayor consumo per cápita, alcanzando los 12,9 kg, al tiempo que **aportaron** el 26,3% del volumen total distribuido. Esta generación, muy apegada a los productos tradicionales, **siguió siendo** un pilar fundamental del mercado de la carne transformada.

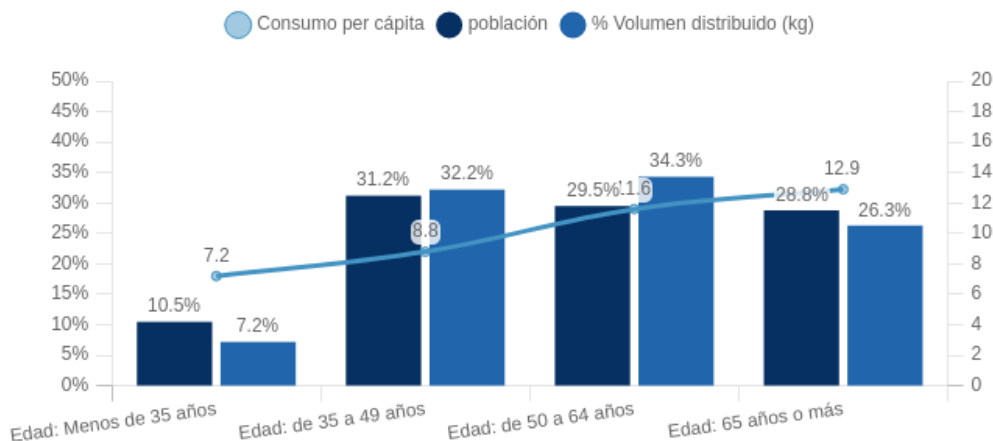
El grupo de 50 a 64 años, a pesar de **representar** una proporción ligeramente superior de la población (29,5%), **fue** el que más **contribuyó** al volumen distribuido, con un 34,3%, y un elevado consumo medio per cápita de 11,6 kg. Su papel predominante **se explicó** por su poder adquisitivo y sus arraigados hábitos alimentarios.

El grupo de edad de 35 a 49 años, con el 31,2% de la población, **fue** también un gran consumidor, con el 32,2% del volumen total distribuido y un consumo medio de 8,8 kg por habitante. Esta categoría, en una fase activa de la vida, **se caracterizó** por elecciones alimentarias a menudo influidas por las necesidades familiares y profesionales.

En cambio, los menores de 35 años, que **representaban** el 10,5% de la población, **contribuyeron** modestamente al consumo total, con un 7,2% del volumen distribuido y un consumo per cápita limitado a 7,2 kg. Esta baja contribución **reflejó** unos hábitos alimentarios diferentes, posiblemente influidos por las preferencias por otro tipo de productos, unos presupuestos más ajustados o una mayor atención a las tendencias alimentarias alternativas.

Consumo de carne procesada en función de la edad

España, 2023, %, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

Análisis geográfico:

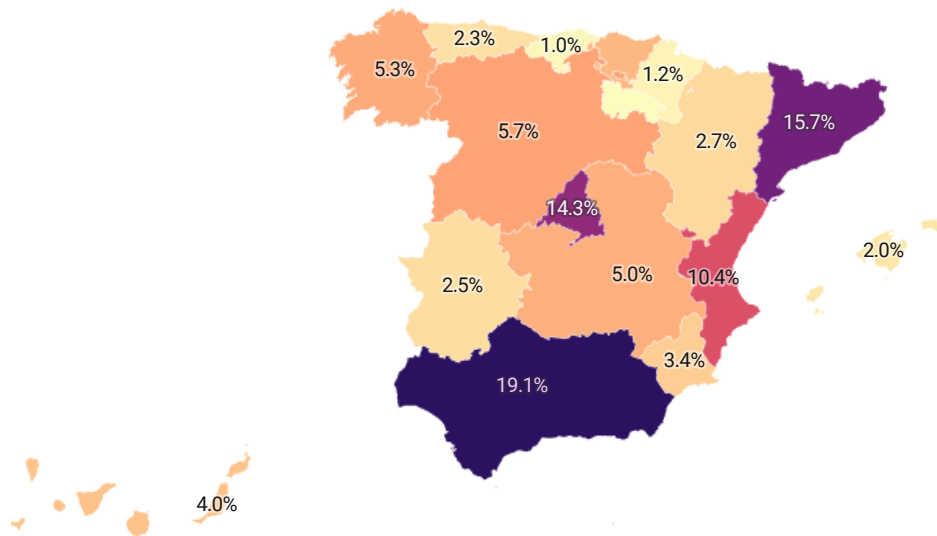
En **2023**, la distribución del consumo interno de carne procesada en España **variaba** considerablemente entre las Comunidades Autónomas (CCAA). Andalucía **destacó** como la región con mayor consumo, con un 19,1% del consumo total, seguida de Cataluña (15,7%) y la Comunidad de Madrid (14,3%). Estas tres regiones, con su gran población y sus fuertes tradiciones culinarias, **dominaron** el mercado.

Por el contrario, las regiones donde el consumo **fue** menor **fueron** La Rioja, con sólo un 0,7%, Cantabria (1,0%) y Navarra (1,2%). Estos bajos porcentajes **podían explicarse** por una menor población o una menor dependencia de la carne procesada en los hábitos alimentarios locales.

Entre las regiones intermedias **se encontraban** la Comunidad Valenciana (10,4%), Castilla y León (5,7%) y Galicia (5,3%), donde el consumo **seguía siendo** importante. Otras zonas, como las Islas Canarias (4,0%) y el País Vasco (4,6%), **tenían** cuotas menores, pero **conservaban** un lugar importante en el mercado nacional.

Desglose del consumo interno de carne procesada

España, 2023, %



[Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

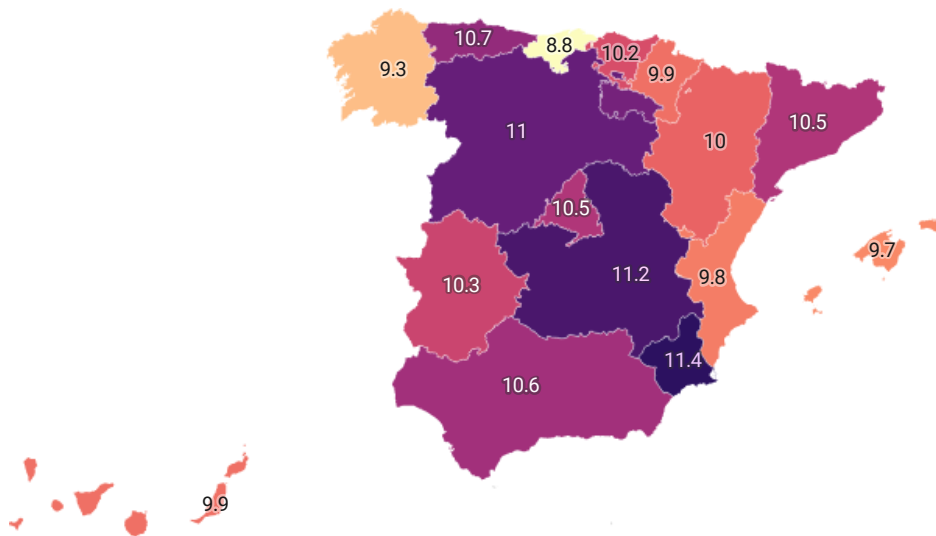
Sin embargo, esta distribución del volumen **se explicaba** principalmente por la desigual distribución de la población en España. Cuando **se analizaba** el consumo per cápita, los resultados **mostraban** una relativa uniformidad, independientemente de la región.

El consumo doméstico per cápita **rondaba** los 10 kg/año en la mayoría de las regiones. Por ejemplo, zonas como Murcia (11,4 kg), Castilla-La Mancha (11,2 kg) y Castilla y León (11,0 kg) **presentaban** niveles ligeramente superiores a la media, pero **seguían estando** muy por encima de ésta, sin diferencias significativas con regiones como Cataluña (10,5 kg) o Andalucía (10,6 kg). Por el contrario, algunas regiones como Cantabria (8,8 kg) y Galicia (9,3 kg) **se situaban** ligeramente por debajo de la media, aunque las diferencias **seguían siendo** modestas.

Estos datos **ponían de manifiesto** que, a pesar de las aparentes disparidades en los volúmenes totales de consumo vinculadas a la densidad de población, los hábitos de consumo per cápita de carne procesada **seguían siendo** similares en todo el país. Esto **indicaba** la existencia de un mercado relativamente homogéneo, lo que **facilitaba** la aplicación de estrategias nacionales por parte de productores y distribuidores

Consumo interno per cápita de carne procesada

España, 2023, kg/per cápita



Source: MAPA • [Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

Análisis de la demanda

2.2 Consumo extradoméstico

Segmentación del mercado del jamón:

En España en 2023, el mercado de la carne procesada dentro del sector HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) estaba dominado en gran medida por categorías distintas del **jamón curado**, el **lomo**, el **chorizo** y productos como el **foie gras** o los **patés**. La categoría "**resto de carne procesada**" representaba **el 72,8%** de la cuota de mercado, lo que reflejaba la amplia gama de productos utilizados en este sector.

Sin embargo, el **jamón curado** se erigió como el producto líder entre los segmentos individuales, con una cuota significativa del **22,5%**, lo que reflejaba su papel esencial en la gastronomía española, especialmente en los menús de restaurantes y hoteles.

El **chorizo**, con una cuota del **3,4%**, ocupaba un lugar menor, pero seguía siendo un producto clave debido a su uso en una variedad de platos tradicionales. En cambio, los segmentos del **lomo (0,8%)** y de los **patés y el foie gras (0,5%)** tenían cuotas más reducidas, lo que ponía de manifiesto su utilización más específica y dirigida en el sector HORECA.

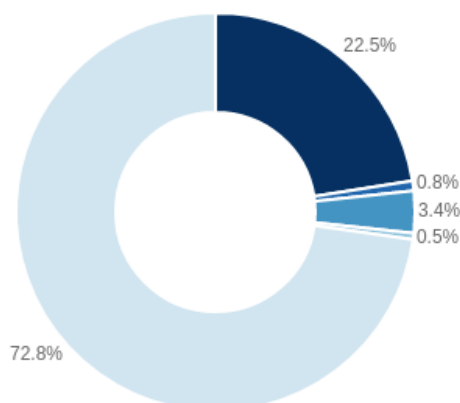
Estas cifras reflejaban una concentración significativa en los productos más versátiles y populares, en particular el **jamón curado**, dejando un lugar importante a otras carnes transformadas, adaptadas a las diversas necesidades del sector de la restauración profesional.



Segmentación del mercado de la carne procesada en HORECA

España, 2023, %

● Jamón curado ● Lomo ● chorizo ● Patés, foie gras ● Resto de carne procesada

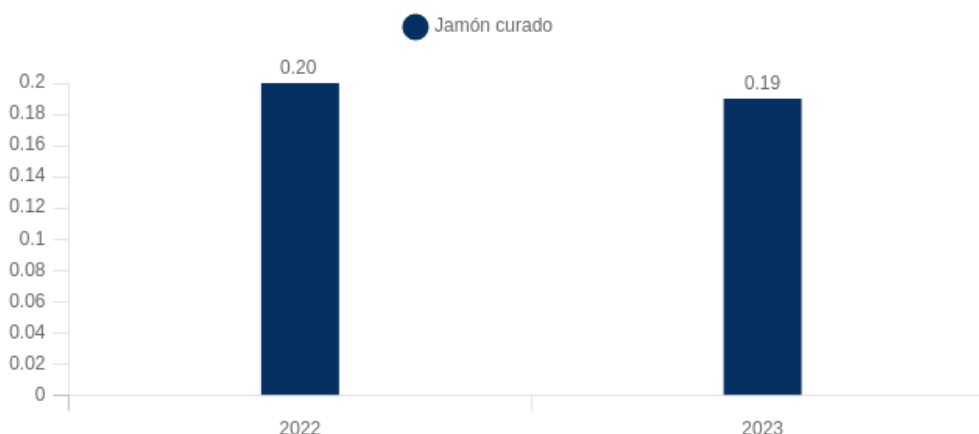


Fuente : [MAPA](#)

Sin embargo, el consumo per cápita de **jamón curado** fuera del hogar mostró un ligero descenso entre 2022 y 2023. En 2022, cada persona consumió una media de **0,20 kg de jamón curado** en los establecimientos HORECA, cantidad que se redujo a **0,19 kg en 2023**, lo que supone un descenso del **5%**.

Consumo extra doméstico de jamón per cápita

España, 2022-2023, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

Estudio de consumo:

En 2023, el consumo de **carne procesada**, incluido el jamón curado, varió significativamente por grupos de edad, revelando marcadas diferencias en los hábitos alimentarios de los españoles fuera del hogar.

El grupo de **50 a 59 años** destacó como el mayor consumidor, representando el **29,0%** del consumo total para sólo el **19,9%** de la población, con una media de **1,22 kg** por cabeza. Su contribución superó con creces su peso demográfico, lo que subrayó una fuerte preferencia por este tipo de productos, probablemente vinculada a hábitos alimentarios tradicionales y a un poder adquisitivo más estable.

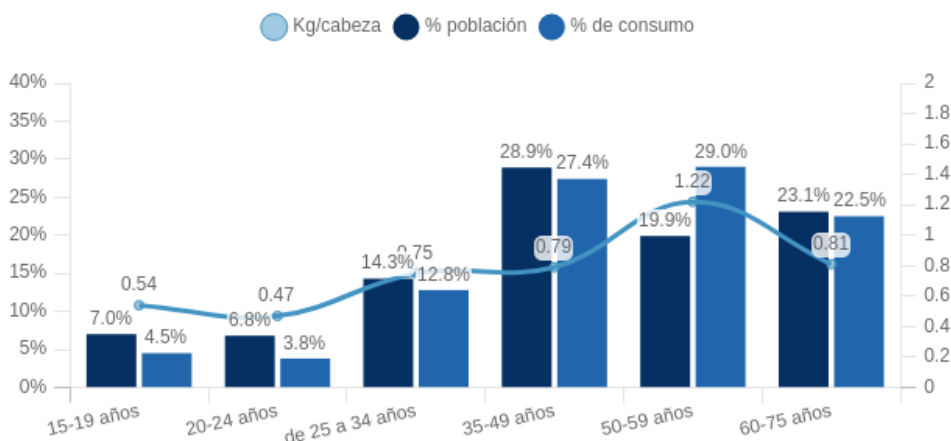
El grupo de **35 a 49 años** también desempeñó un papel importante, con el **27,4%** del consumo para el **28,9%** de la población, consumiendo una media de **0,79 kg** per cápita. Le siguió el grupo de **60-75 años**, con un **22,5%** del consumo, aunque representaron una proporción ligeramente superior de la población (**23,1%**), con un consumo medio de **0,81 kg**.

En cambio, las generaciones más jóvenes, sobre todo las de **15 a 19 años** y de **20 a 24 años**, presentaron niveles de consumo mucho más bajos, representando sólo el **4,5%** y el **3,8%** del consumo total respectivamente, a pesar de su importante proporción en la población (**7,0%** y **6,8%**). Su consumo medio per cápita se mantuvo limitado a **0,54 kg** y **0,47 kg**, lo que reflejó probablemente unos hábitos alimentarios diferentes, un menor acceso al sector HORECA o un creciente interés por alternativas a la carne transformada.

Estos datos pusieron de manifiesto una concentración del consumo de carne transformada, y en particular de **jamón curado**, entre las generaciones de más edad, mientras que las generaciones más jóvenes adoptaron hábitos alimentarios distintos. Esta segmentación por edades fue un indicador clave para ajustar las estrategias comerciales de los actores del sector.

Consumo de carne procesada fuera del hogar en función de la edad

España, 2023, % de la población, % del consumo, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

El siguiente gráfico ofrece más información sobre el consumo de **carne procesada fuera del hogar** en España en función de la renta:

Los individuos de **renta alta y media-alta** fueron los mayores consumidores per cápita, con una media de **1,03 kg**, lo que supuso el **26,4%** del consumo total, aunque sólo representaron el **21,5%** de la población. Esta sobrerrepresentación ilustró una mayor capacidad financiera para frecuentar los establecimientos HORECA y una preferencia por los productos de calidad, a menudo asociada a estas rentas.

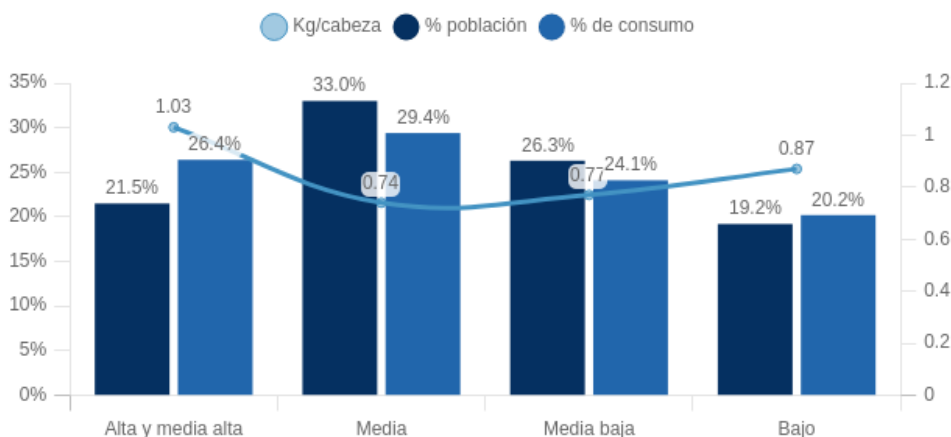
Los grupos de **renta media** aportaron el **29,4%** del consumo total, ligeramente inferior a su porcentaje en la población (**33,0%**), con un consumo medio per cápita de **0,74 kg**. Aunque fueron mayoría en términos demográficos, su consumo per cápita siguió siendo inferior al de las categorías más acomodadas, probablemente debido a sus presupuestos más limitados.

Los hogares de **renta baja y renta media-baja** representaron respectivamente el **24,1%** y el **20,2%** del consumo total, en consonancia con su proporción en la población (**26,3%** y **19,2%**). Sin embargo, su consumo per cápita fue ligeramente superior al de las rentas medias, con **0,77 kg** para las **rentas medias-bajas** y **0,87 kg** para las **rentas bajas**, lo que pudo reflejar una elección menos costosa de productos o una mayor proporción de comidas fuera de casa por razones prácticas.



Consumo de carne procesada fuera del hogar en función de la renta

España, 2023, % de la población, % del consumo, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

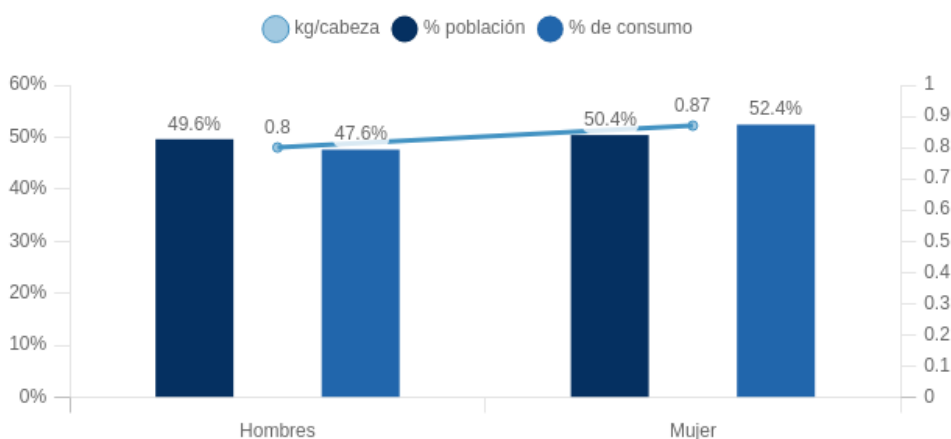
Por sexos, las **mujeres**, que representaron el **50,4%** de la población, aportaron el **52,4%** del consumo total, con un consumo medio per cápita de **0,87 kg**. Esta sobrerrepresentación sugirió una preferencia ligeramente mayor por las comidas fuera de casa, o una elección más frecuente de productos cárnicos transformados en este contexto.

En cambio, los **hombres**, que representaron el **49,6%** de la población, representaron el **47,6%** del consumo total, con un consumo medio per cápita de **0,80 kg**. Aunque ligeramente inferior al de las mujeres, su consumo siguió siendo significativo, lo que confirmó su importante papel en este mercado.



Consumo extradoméstico de carne procesada por sexo

España, 2023, %



Fuente : [MAPA](#)

Desglose geográfico:

En **2023**, el consumo extradoméstico de carne procesada en España mostró importantes disparidades regionales, reflejo de las diferencias culturales, económicas y demográficas.

Andalucía destacó como la región con mayor cuota de consumo, con un **21,5%** del consumo total, muy por encima de su cuota de población (**20,5%**). Con un consumo medio de **0,87 kg** per cápita, esta región ilustró un fuerte apego a la carne procesada, probablemente influido por las tradiciones culinarias locales y una cultura social basada en comer fuera de casa.

Levante y la región metropolitana de **Madrid** también presentaron cuotas elevadas, con un **17,6%** y un **14,8%** del consumo respectivamente, ligeramente superiores a sus proporciones demográficas (**15,6%** y **13,5%**). El consumo per cápita fue elevado en estas regiones, alcanzando **0,94 kg** en **Levante**, el más alto de todas las regiones, y **0,92 kg** en **Madrid**, lo que reflejó su dinamismo económico y el atractivo del sector HORECA.

La **Barcelona metropolitana**, por su parte, a pesar de su densidad de población (**9,4%**), sólo representó el **9,5%** del consumo, con una media de **0,85 kg** per cápita, ligeramente por debajo de las principales regiones consumidoras. Tendencias similares se observaron en el resto de **Cataluña** y **Aragón** (**13,1%** de la población, **10,2%** del consumo) y en el **Centro-Norte** (**9,3%** de la población, **7,2%** del consumo), con niveles medios de consumo inferiores, en torno a **0,65 kg** per cápita.

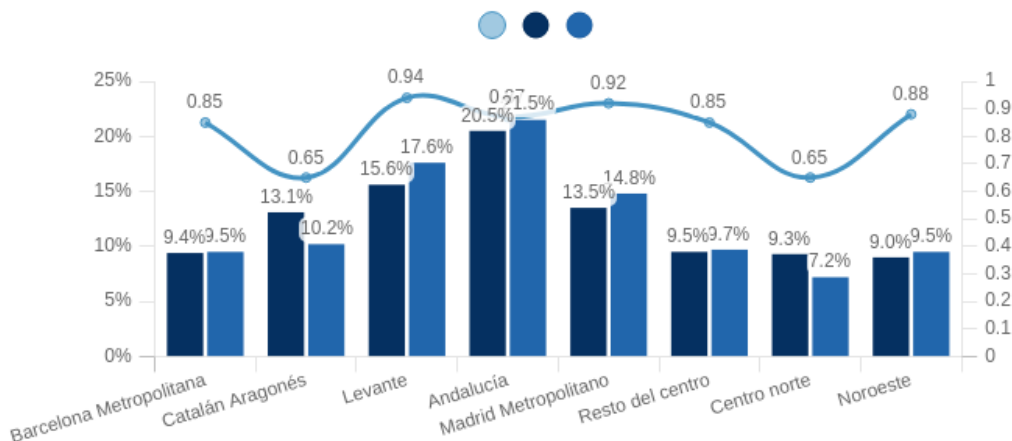
Por último, las regiones **Noroeste** y **Resto Centro** se situaron en niveles intermedios, con un **9,5%** y **9,7%** del consumo respectivamente, cercanos a su cuota demográfica, con un consumo per cápita de **0,88 kg** y **0,85 kg**.

Estos datos mostraron que las regiones de **Levante**, **Madrid** y **Andalucía** fueron las principales impulsoras del consumo extradoméstico de carne procesada, mientras que otras zonas, como la **Centro Norte**, mostraron niveles de consumo más modestos. Esto puso de manifiesto la importancia que tiene para los operadores HORECA adaptar su oferta a las preferencias regionales para maximizar su impacto en este mercado diversificado.



Desglose del consumo extradoméstico de carne transformada por regiones

España, 2023, % población, % consumo, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

En **2023**, el consumo extradoméstico de carne procesada en España también mostró una distribución interesante según el tamaño de las aglomeraciones urbanas, reflejando dinámicas específicas ligadas a los estilos de vida urbanos y rurales.

Las **grandes aglomeraciones urbanas** con poblaciones entre **200.000** y **500.000** habitantes mostraron el consumo medio per cápita más elevado, alcanzando los **0,94 kg**, lo que reflejó un marcado hábito de realizar comidas fuera del hogar. Estas ciudades, que contaron con el **12,7%** de la población, representaron el **14,2%** del consumo total, lo que demostró el importante dinamismo del sector HORECA en estas zonas urbanas.

Las **aglomeraciones de 100.000 a 200.000** habitantes les siguieron con un consumo medio per cápita de **0,92 kg**, superando ligeramente su cuota demográfica (**10,3%** de la población, **11,3%** del consumo). Estas zonas parecieron mantener un equilibrio entre la densidad de población y el atractivo de los servicios de restauración.

En cambio, en las **ciudades muy grandes** de más de **500.000** habitantes, aunque la cuota de población fue significativa (**17,3%**), el consumo medio per cápita fue ligeramente inferior, de **0,79 kg**, y su contribución al consumo total (**16,5%**) fue inferior a su peso demográfico. Esto podría explicarse por un acceso más variado a alternativas alimentarias o una diversificación de las pautas de consumo.

Las **ciudades medianas** (de **30.000 a 100.000** habitantes) representaron una proporción importante de la población (**20,3%**) y contribuyeron de forma idéntica al consumo total (**20,3%**), con una media de **0,83 kg** per cápita, lo que reflejó un consumo acorde con su peso demográfico.

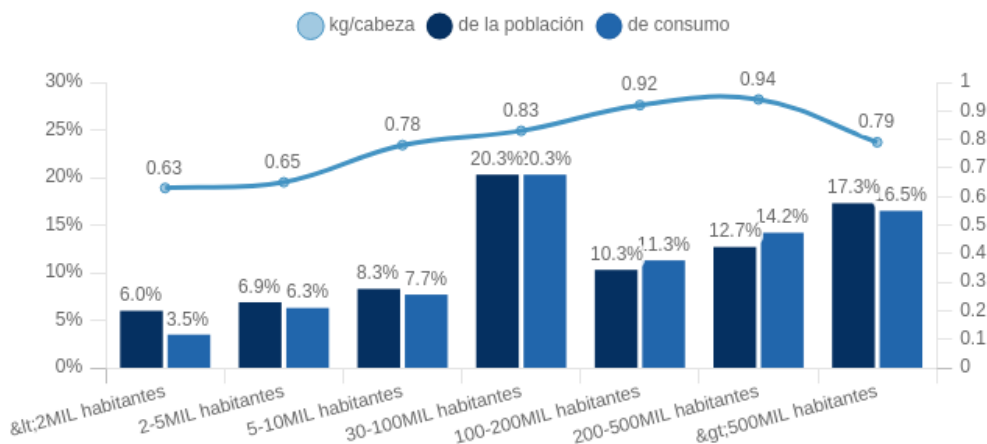
Por último, las **ciudades y pueblos pequeños** (menos de **10.000** habitantes) presentaron un consumo medio per cápita inferior, de **0,63 kg** para los municipios de menos de **2.000** habitantes y de **0,65 kg** para los de entre **2.000** y **5.000** habitantes. Estas zonas, que representaron respectivamente el **6,0%** y el **6,9%** de la población, contribuyeron modestamente al consumo total (**3,5%** y **6,3%**). Estas cifras mostraron una menor dependencia de las comidas fuera de casa, coherente con estilos de vida más rurales.

Estas cifras subrayaron la importancia de las zonas urbanas, en particular de las **ciudades medianas**, en el mercado de la carne transformada consumida fuera de casa, al tiempo que pusieron de manifiesto unos hábitos de consumo más modestos en las ciudades más pequeñas. Los agentes del sector HORECA pudieron utilizar esta información para afinar su estrategia en función de la densidad y el comportamiento de las poblaciones locales.



Consumo extradoméstico de carne transformada por tamaño de aglomeración urbana

España, 2023, % de la población, % del consumo, kg/cabeza



Fuente : [MAPA](#)

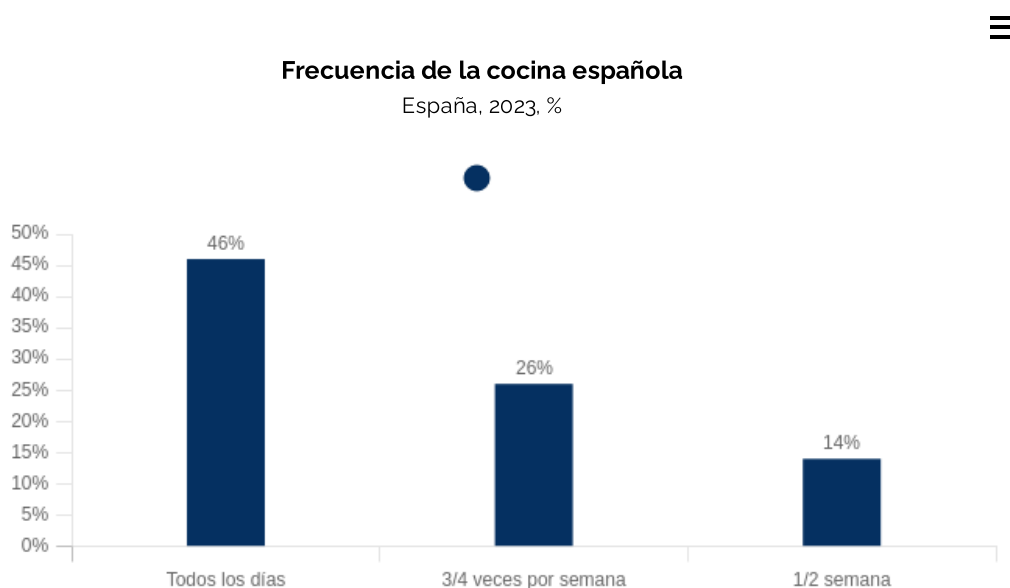
Análisis de la demanda

2.3 Dietas en España

En el siguiente apartado se destacan los hábitos culinarios y de consumo de alimentos de los españoles

Hábitos de cocina:

En 2023, la mayoría de los españoles cocinaba frecuentemente en casa, con **un 46% que** preparaba la comida **todos los días**. Alrededor del **26%** cocinaba **3 ó 4 veces por semana**, mientras que **el 14%** lo hacía **1 ó 2 veces por semana**. Estas cifras muestran que cocinar en casa sigue siendo una práctica habitual en España, aunque la frecuencia varía en función de los hábitos individuales.



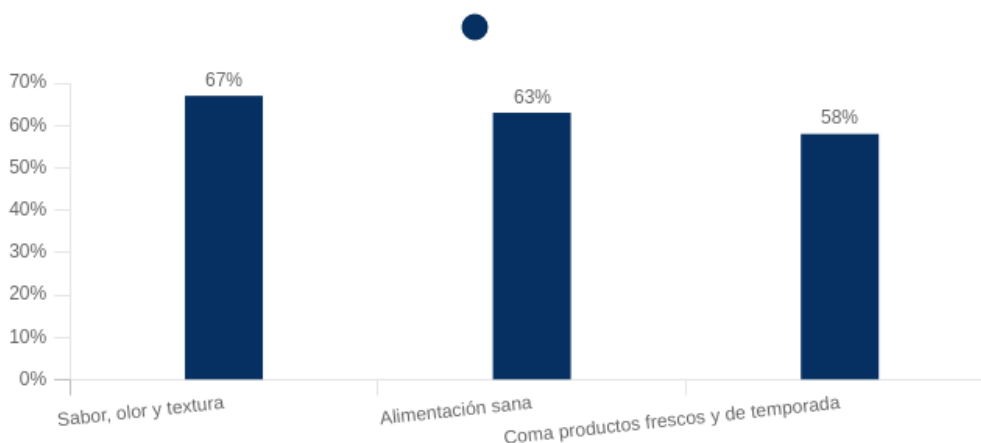
Fuente : [OkSalud](#)

En 2023, los criterios más decisivos para preparar un plato en España se basan principalmente en la **satisfacción sensorial**, con **un 67%** de españoles que dan prioridad al **sabor, el olor y la textura**. **La salud** también fue un factor importante, con **un 63%** de personas que dieron prioridad a **comer sano**. Además, **el 58%** de los españoles se muestra partidario de consumir **productos frescos y de temporada**, lo que refleja un creciente interés por alimentos más sostenibles y de mayor calidad.



Determinación de criterios para la preparación de un plato

España, 2023, %



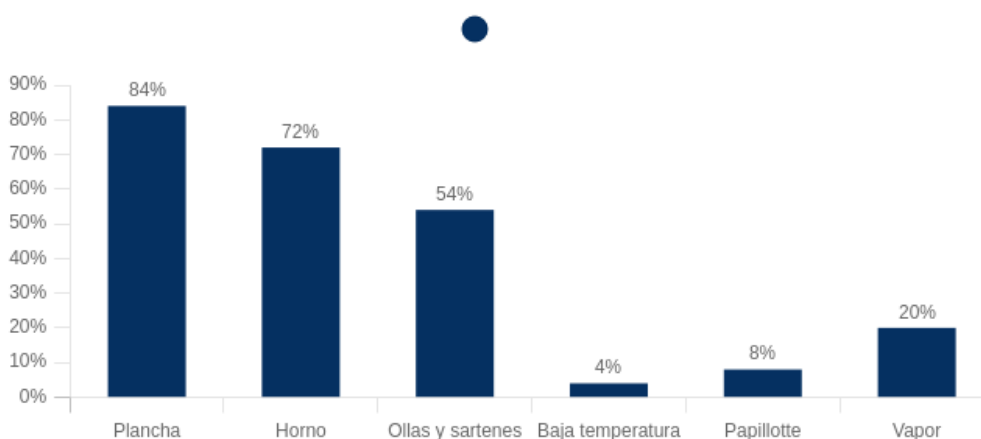
Fuente : [OkSalud](#)

En 2023, **las técnicas de cocina preferidas** por los españoles estaban dominadas por la **plancha**, utilizada por **el 84%** de los cocineros, seguida del **horno** con **un 72%** y **las ollas y sartenes** con **un 54%**. Los métodos de cocción más específicos, como **la cocción al vapor**(20%), **el papillote**(8%) y la cocción **a baja temperatura**(4%), fueron menos populares, pero siguen estando presentes en algunas prácticas culinarias. Estos datos muestran una preferencia por técnicas sencillas y rápidas, al tiempo que dejan espacio para métodos más sanos y menos comunes.



Las técnicas culinarias favoritas de los españoles

España, 2023, %



Fuente : [OkSalud](#)

Alimentación saludable:

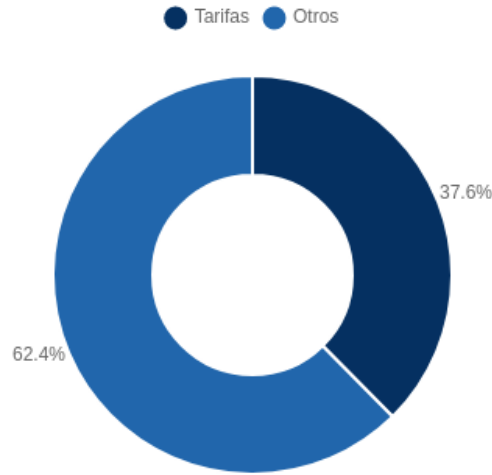
En 2023, el consumo de alimentos frescos representó el **37,6%** del consumo total de alimentos en España, mientras que el **62,4%** restante correspondía a otros tipos de alimentos, como productos procesados, conservas o

congelados. Este desglose muestra una preferencia por los alimentos no frescos, aunque los productos frescos siguen representando una proporción significativa del consumo total de alimentos en España.



Porcentaje de consumo de alimentos frescos en el consumo total de alimentos

España, 2023, %



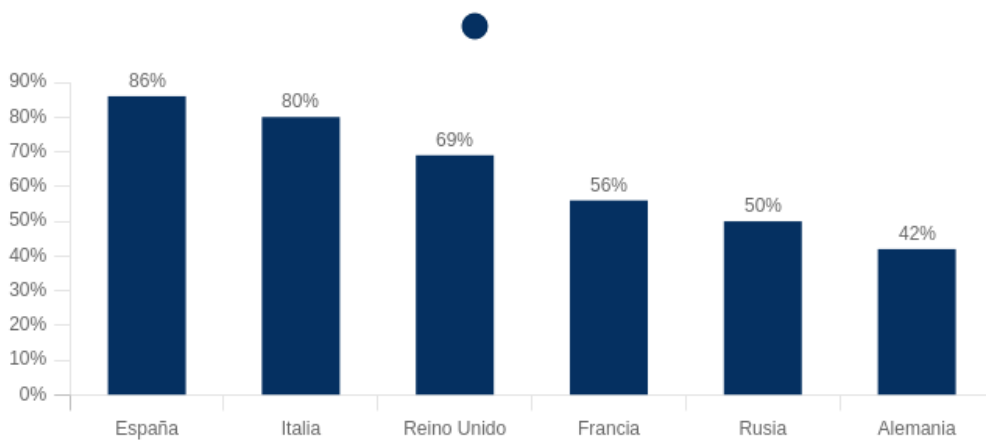
Fuente: [Informe del consumo alimentario 2023](#)

En 2023, la importancia de **los alimentos saludables** varía considerablemente en toda Europa, con mayores niveles de preocupación en algunos países. En **España**, **el 86%** de las personas concedía gran importancia a comer sano, seguida de cerca por **Italia**, con **un 80%**. En el **Reino Unido**, **el 69%** de la población estaba preocupada por una alimentación sana, mientras que en **Francia** era **el 56%**. En **Rusia**, **el 50%** de la población se preocupaba por una alimentación sana, y en **Alemania** la proporción era menor, **del 42%**. Estas cifras muestran una diferencia significativa en la importancia concedida a la alimentación sana en toda Europa.



La importancia de una alimentación sana en Europa

Europa, 2023, %



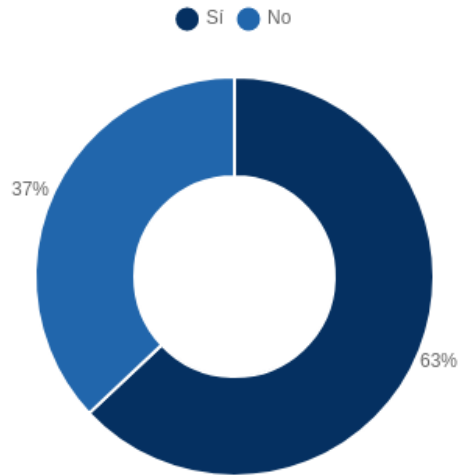
Fuente : [20minutos](#)

También para un **63% de la población española**, la comida local era más sana que la importada.



La comida local es más sana

España, 2023, %



Fuente : [20Minutos](#)

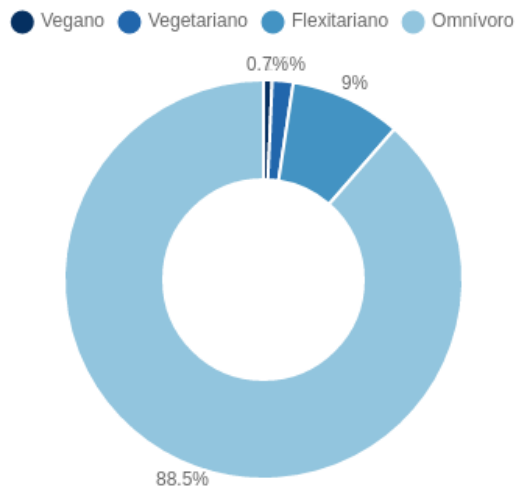
Dietas:

En **2023**, la gran mayoría de los españoles siguió una dieta omnívora, lo que representó el **88,5%** de la población. Los flexitarianos, que limitaron su consumo de carne sin excluirla totalmente, representaron el **9%** de los españoles. Las dietas vegetarianas fueron seguidas por el **1,7%** de la población, mientras que los veganos, que excluyeron todos los productos de origen animal, representaron sólo el **0,7%**. Estas cifras mostraron que, aunque las dietas basadas en plantas estaban ganando popularidad, la dieta omnívora siguió siendo dominante en España.



Dietas españolas

España, 2023, %



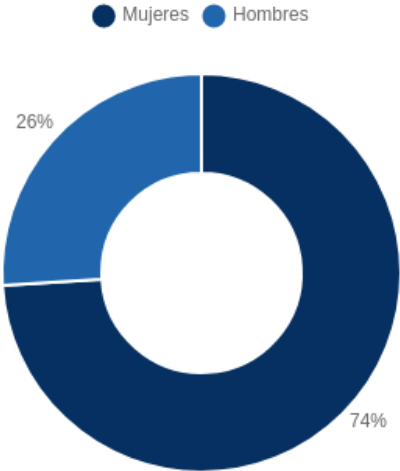
Fuente : [Union vegetariana](#)

Finalmente, en 2023, la distribución de **vegetarianos y veganos** en España mostraba una clara mayoría de **mujeres**, que suponían **el 74%** de los seguidores de estas dietas, frente al **26%** de los **hombres**.



Distribución por sexos de vegetarianos y veganos

España, 2023, %



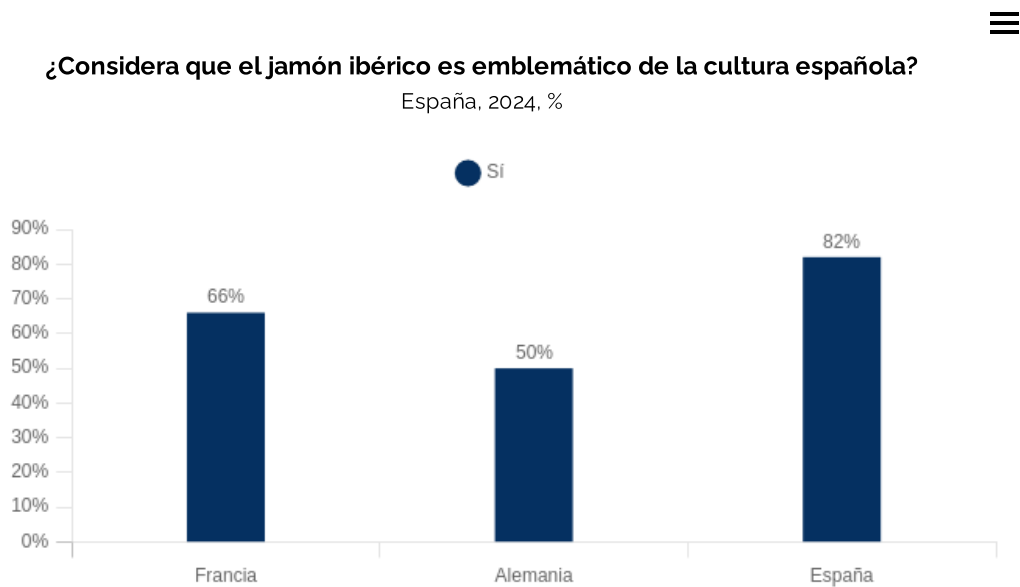
Fuente: [Unión Vegetariana](#)

Análisis de la demanda

2.4 jamón ibérico

Lo que la gente sabe del jamón

en 2024, una mayoría significativa de la población española (**82%**) consideraba que el jamón ibérico era un elemento emblemático de la cultura española, lo que confirmaba su papel central en el patrimonio gastronómico del país. En comparación, **el 66% de los franceses** compartió esta opinión, al igual que **el 50% de los alemanes**. Esto **demuestra** que el jamón ibérico se asocia a España y a su cultura.



Fuente: [Cárnica comunicación](#) 

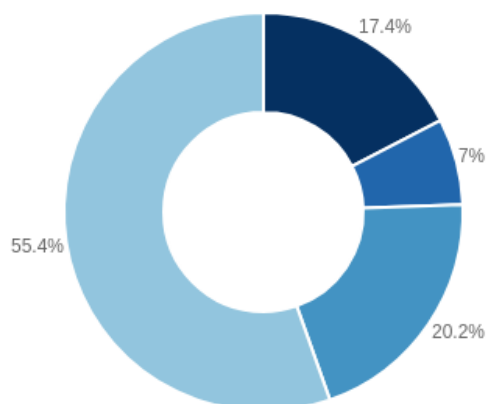
En **2024**, los españoles mostraron distintos niveles de conocimiento sobre el jamón ibérico. Una mayoría relativa, el **55,4%**, afirmó conocer poco el producto, mientras que el **20,2%** consideró que conocía lo suficiente. Una proporción menor, el **7%**, se consideraba muy informado, mientras que el **17,4%** decía no saber nada sobre el tema.



Lo que los españoles saben del jamón ibérico

España, 2024, %

● No saber nada ● Sabe mucho ● Sabe lo suficiente ● Saber un poco



Fuente : [Consumidora](#)

La encuesta también reveló que sólo **el 45,9%** de los españoles sabía que el jamón ibérico requiere un mínimo de **20 meses de curación**, mientras que **el 54,1%** desconocía este dato. Estos resultados pusieron de manifiesto un desconocimiento general de las características específicas de producción del jamón ibérico, a pesar de su importancia cultural y gastronómica en España. Ello puso de manifiesto la necesidad potencial de educación y concienciación en torno a este producto emblemático.



Sepa que el jamón ibérico tiene una curación mínima de 20 meses

España, 2024, %

● Sí ● No



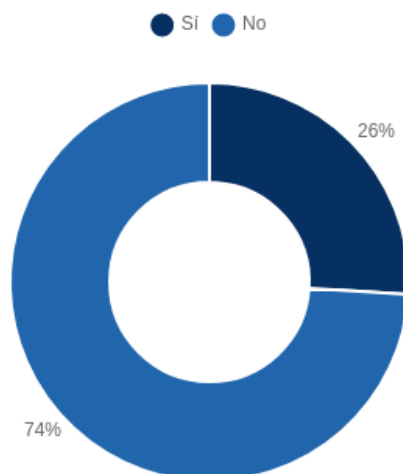
Fuente : [Consumidora](#)

Además, sólo **el 26%** de los españoles afirmaba conocer la diferencia entre jamón serrano y jamón ibérico, frente al **74%** que no la conocía.



Conozca la diferencia entre jamones serranos e ibéricos

España, 2024, %



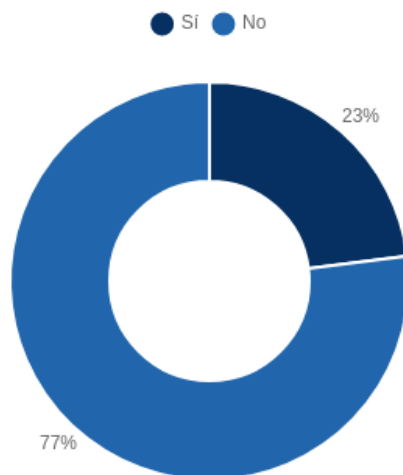
Fuente : [Consumidora](#)

Por último, sólo **el 23%** de los españoles afirmaba conocer la Montanera, periodo en el que los cerdos ibéricos se alimentan de bellotas en las dehesas, mientras que **el 77%** desconocía este concepto clave vinculado a la elaboración del jamón ibérico de calidad.



Conoce la Montanera

España 2024, %



Fuente : [Consumidora](#)

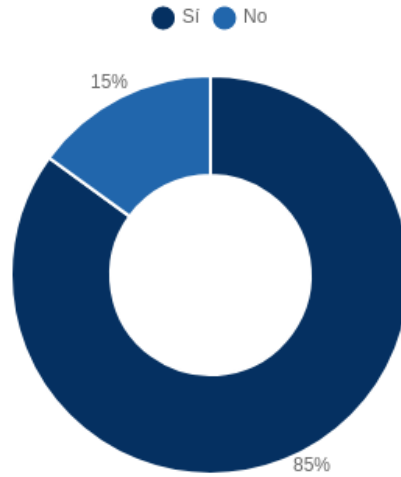
Hábitos de consumo :

En 2023, **el 85% de la población española** había consumido jamón ibérico.



Españoles que comieron jamón ibérico en 2023

España, 2023, %



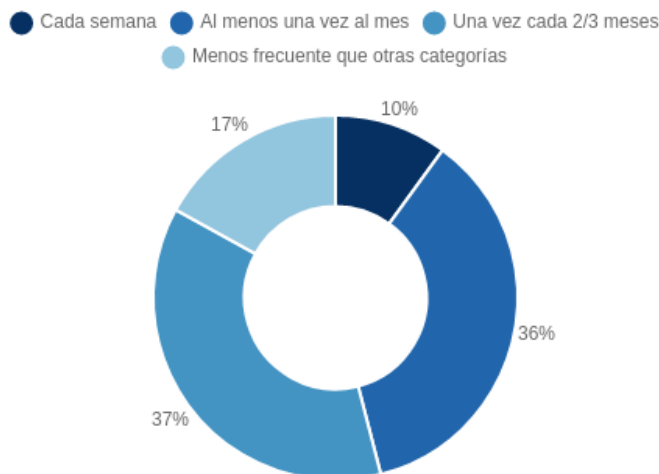
Fuente : [Cárnica](#)

En cuanto a los hábitos de consumo de jamón ibérico en 2024, el **10%** de los españoles comía jamón ibérico todas las semanas, mientras que **el 36%** decía comerlo al menos una vez al mes. La mayoría relativa, **un 37%**, comía jamón ibérico una vez cada dos o tres meses, y **un 17%** lo hacía con más frecuencia que el resto de categorías.



Hábitos de consumo del jamón ibérico

España, 2024, %, %



Fuente: [IPSOS](#)

Por último, en cuanto al mejor momento para consumir jamón ibérico, el **52,1%** de los andaluces prefirió tomarlo en **el desayuno**, lo que reflejó una fuerte tradición regional. En el resto del país, el momento preferido para disfrutar del

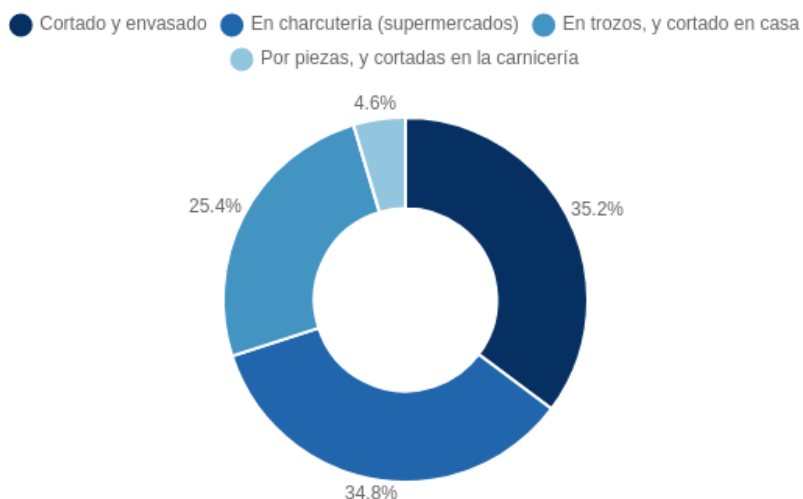
jamón fue la **cena**, elegida por el **62,4%** de los españoles. Esto confirmó que, para la mayoría, la cena se percibía como el mejor momento para disfrutar de este emblemático producto.

En **2024**, en España, las preferencias en cuanto a formatos para comprar jamón ibérico fueron variadas. El formato más popular fue el loncheado y envasado, elegido por el **35,2%** de los consumidores, seguido de cerca por la compra delicatessen (en supermercados), con un **34,8%**. La compra en piezas, para cortar en casa, atrajo al **25,4%** de los compradores, mientras que sólo el **4,6%** prefirió la compra en piezas con corte en charcutería, un formato más tradicional pero aún minoritario.



Formatos preferidos para la compra de jamón

España, 2024, %



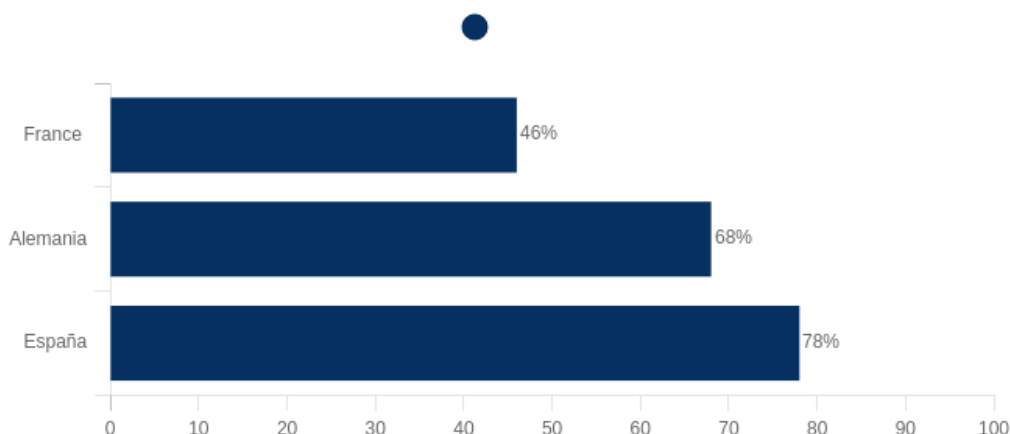
Fuente : [Consumidora](#)

En **2024**, en Europa, el sabor fue el principal criterio de compra de los consumidores al adquirir productos alimenticios. En **Francia**, el **46%** de los consumidores destacó el sabor como su factor determinante, mientras que en **Alemania**, este porcentaje fue más alto, alcanzando el **68%**. En **España**, el **78%** de los consumidores consideró el sabor como el principal factor en su decisión de compra, lo que reflejó una fuerte preferencia por la calidad del sabor en todos los países analizados.



El sabor como principal criterio de compra

Europa, 2024, %



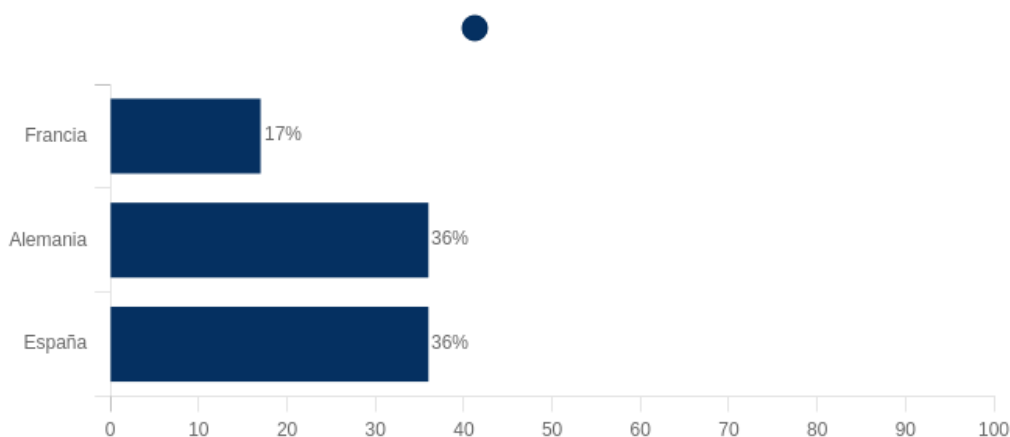
Fuente : [Cárnica](#)

En 2024, la percepción del bienestar animal en relación con el jamón varió considerablemente en Europa. En Francia, sólo el **17%** de los encuestados asociaba el jamón con prácticas de bienestar animal, mientras que en Alemania y España, esta percepción era mucho mayor, alcanzando el **36%** en cada uno de los dos países. Esto demostró, con la excepción de Francia, la importancia de cumplir estos criterios para satisfacer la nueva tendencia de la demanda.



Percepción del bienestar animal en relación con el jamón

Europa, 2024, %



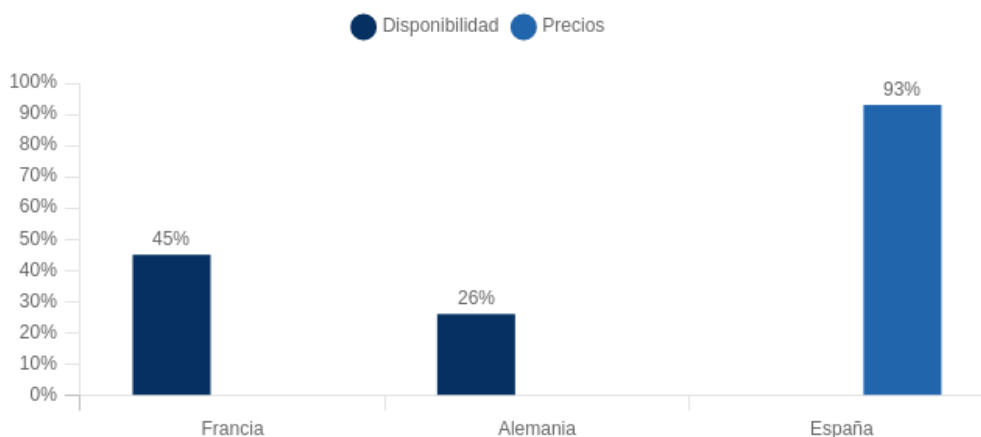
Fuente : [Cárnica](#)

Las principales barreras para comprar jamón ibérico en 2024 variaron de un país europeo a otro. En Francia, **el 45%** de los consumidores identificó la disponibilidad como una barrera importante, mientras que en Alemania la proporción fue menor, del **26%**. El precio fue la barrera más importante para **el 93%** de los encuestados españoles, destacando para los españoles este criterio como principal barrera, a diferencia del resto de países.



Principales obstáculos a la compra

Europa, 2024, %



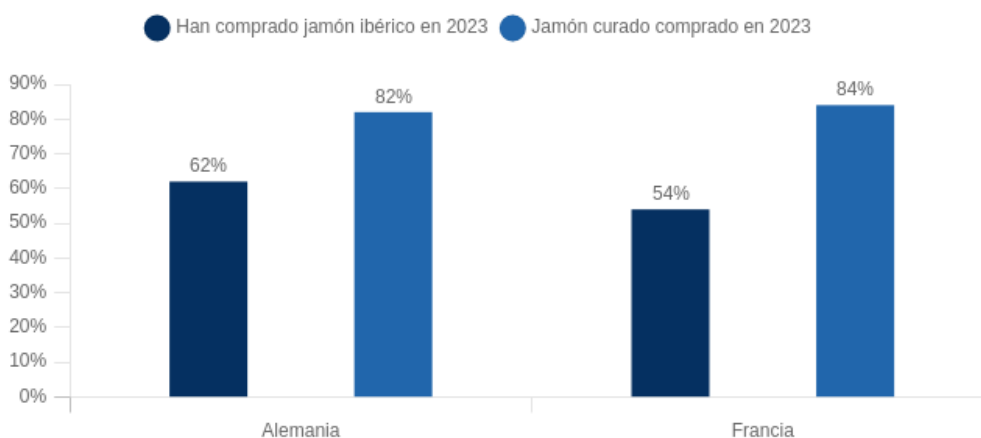
Fuente: [Cárnica](#)

En 2023, el consumo de jamón ibérico fue ligeramente superior en Alemania que en Francia, con **un 62% de alemanes** comprando este producto frente al **54% de consumidores franceses**. Por otro lado, la demanda de jamón curado fue similar en ambos países, con un **82% de alemanes y un 84% de franceses** realizando esta compra. **La elevada proporción de consumidores que han consumido jamón curado apunta también a potenciales salidas para el jamón ibérico en estos países.**



Alemanes, franceses y jamón curado

Europa, 2024, %



Fuente: [Cárnica](#)

Análisis de la demanda

2.5 Estacionalidad del consumo de jamón

Entre 2020 y 2023, el interés por el término "jamón" en España, medido a través de los índices de Google Trends, revela **una fuerte estacionalidad** vinculada al consumo de este emblemático producto. Los datos muestran picos notables en diciembre de cada año, lo que ilustra claramente su asociación con las **fiestas de fin de año**, un período tradicionalmente marcado por un aumento de la demanda de productos festivos, incluyendo, en particular, el jamón ibérico.

- **Diciembre de 2020:** El índice alcanzó **79,25**, uno de los niveles más altos observados, lo que subraya su importancia durante las celebraciones navideñas.
- Las mismas tendencias se repiten en **diciembre de 2021(73,25)** y **diciembre de 2022(73,25)**, confirmando el papel clave de este periodo en el consumo de jamón.
- Por el contrario, los meses de **abril** y **agosto** muestran índices mucho más bajos, fluctuando entre **24,75** y **27,25**, lo que refleja un menor interés fuera de la temporada festiva.



Fuente: [Google Trends](#)

Análisis de la demanda

2.6 Hacia la internacionalización del jamón ibérico

El jamón ibérico, emblema de la gastronomía española, está experimentando una expansión internacional sin precedentes, impulsada por una ambiciosa estrategia de promoción y un creciente atractivo para los consumidores de estos productos premium. Su calidad excepcional, su proceso de producción artesanal y sus sabores únicos lo convierten en un producto de elección en los mercados mundiales. Gracias a campañas específicas y asociaciones estratégicas, el jamón ibérico y el jamón serrano se están estableciendo gradualmente como referencias gastronómicas esenciales en muchos países, reforzando su imagen como símbolos de la excelencia culinaria española.

- **México:** El mercado mexicano se ha consolidado como una de las principales salidas para el jamón serrano fuera de Europa, con un aumento del **15%** de **las importaciones en 2024, alcanzando las 2.500 toneladas**. Campañas de promoción, colaboraciones con chefs locales y una mejor distribución en las grandes cadenas han ayudado a satisfacer el creciente interés de los consumidores mexicanos por este producto gourmet. A pesar del reto de los altos precios, México ofrece un importante potencial de crecimiento para el jamón serrano, consolidando su lugar en la gastronomía local.
- **Países Bajos:** En los Países Bajos, el jamón serrano sigue ganando popularidad, **y se prevé que las exportaciones aumenten un 12,71% en 2024**. Las iniciativas específicas, como los cursos de formación para profesionales y las asociaciones con los medios de comunicación locales, han aumentado su perfil. La CJSE ha logrado posicionar este producto de calidad como un referente gastronómico, respondiendo al creciente interés de los consumidores holandeses por los alimentos premium.
- **China:** Desde 2018, China se ha convertido en un mercado clave para el jamón ibérico, **con un crecimiento del 104% de las exportaciones en cinco años (hasta 2023)**. Las campañas de sensibilización de ASICI han llegado a 700 millones de consumidores, incorporando formación para profesionales y eventos culinarios. Este mercado, a menudo percibido como prestigioso y sofisticado, representa una oportunidad estratégica para el sector ibérico, con sólidas perspectivas de crecimiento.
- **Reino Unido:** **Con 1.685,76 toneladas exportadas en 2023, el Reino Unido** representa una oportunidad estratégica para el jamón serrano. La amplia disponibilidad de jamón serrano en las principales cadenas de supermercados refleja un marcado interés por parte de los consumidores británicos. Los esfuerzos promocionales, especialmente en eventos como *The International Food & Drink Event*, han impulsado el conocimiento y la reputación de este producto emblemático de la gastronomía española.
- **Alemania:** Alemania es uno de los principales mercados europeos para el jamón ibérico. En 2024, iniciativas educativas como el apoyo al concurso "Koch des Jahres" elevaron el perfil de este producto gourmet. Las campañas específicas de ASICI ayudaron a reforzar la presencia del jamón ibérico en escuelas de gastronomía, restaurantes y eventos culinarios, consolidando su lugar entre los productos gastronómicos de referencia en Alemania.

Conclusiones:

El jamón ibérico es un auténtico producto de lujo, que se distingue por su excepcional calidad, su proceso de elaboración artesanal y su carácter único, todo lo cual le confiere un alto valor añadido. Gracias a estrategias de promoción específicas y ambiciosas, se está consolidando progresivamente como un producto de referencia en los mercados internacionales. Impulsado por la creciente demanda de productos premium, el jamón ibérico tiene un brillante futuro por delante, consolidando su papel como símbolo de la excelencia gastronómica española en el escenario internacional.

Fuentes : [Cárnica : [México](#), [Alemania](#), [Reino Unido](#), [Países Bajos](#), [China](#)]

Estructura del mercado

3.1 Elaboración del jamón

La elaboración del jamón, un proceso tradicional y natural:

La elaboración del jamón es un proceso meticuloso y complejo, basado en conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación. Combina tradición, condiciones naturales y técnicas modernas para obtener un producto de excelencia. A continuación se detallan las fases de elaboración de un jamón, tal y como las practican, en particular, productores de renombre como Nevadensis.

1. Selección de la materia prima

- **Inspección y selección de las piezas:** cada pieza de carne se inspecciona rigurosamente para garantizar una calidad óptima desde el principio.
- **Rechazo de los cortes no conformes:** Los cortes que no cumplen las normas de calidad se devuelven al proveedor.
- **Garantía de seguridad alimentaria:** Los cortes se seleccionan siguiendo criterios rigurosos para cumplir los requisitos sanitarios.

2. Trazabilidad e inspección inicial

- **Creación de un certificado:** Cada pieza se registra con un certificado único que sigue todo su ciclo de producción, como un "DNI" para el jamón.
- **Análisis de calidad:** Mediciones de pH y temperatura para garantizar que la carne cumple los requisitos de estabilidad y maduración.

3. Curado

- **Uso exclusivo de sal marina:** La curación con sal marina natural favorece la deshidratación y evita el desarrollo de microorganismos patógenos.
- **Distribución homogénea:** La sal se aplica de manera uniforme sobre la pieza, lo que contribuye a su conservación a la vez que intensifica los aromas y sabores del jamón.

4. Lavado

- **eliminación del exceso de sal:** Tras el periodo de curación, las piezas se lavan con chorros de agua fría para eliminar cualquier resto de sal en la superficie.

5. Postcurado

- **Distribución uniforme de la salinidad:** Durante esta fase, la salinidad se estabiliza en toda la sala. La temperatura y la humedad se controlan para garantizar una deshidratación equilibrada.

6. Secado y maduración

- **Condiciones naturales:** Los jamones se cuelgan en secaderos naturales donde el aire puro y fresco desempeña un papel fundamental.
- **Duración:** Esta etapa puede durar entre 3 y 6 meses, dependiendo del tamaño de la pieza y de las condiciones climáticas.
- **Transformación de la grasa:** La grasa se filtra en las fibras musculares, enriqueciendo los sabores y desarrollando los aromas característicos del jamón.

7. Curación

- **Curación prolongada:** Las piezas se trasladan a bodegas con temperatura y humedad controladas para continuar su maduración.
- **Desarrollo del sabor:** Las reacciones enzimáticas naturales crean sabores complejos y sutiles. Esta fase dura entre 14 y 36 meses para los jamones ibéricos.

8. Aplicación de la manteca

- **Protección de la pieza:** Se aplica una capa de grasa (manteca) para evitar la desecación y proteger las piezas durante la fase final.
- **Relleno de grietas:** La manteca rellena las grietas invisibles para mantener la integridad del producto.

9. Control de calidad final

- **Inspección artesanal:** Los maestros jamoneros evalúan el estado de las piezas, comprobando su textura, sabor y aspecto.
- **Certificación:** Se colocan etiquetas como DOP o IGP para garantizar el origen y la calidad de los productos.

Fuente: [\[Nevadensis\]](#)

Estructura del mercado

3.2 Producción

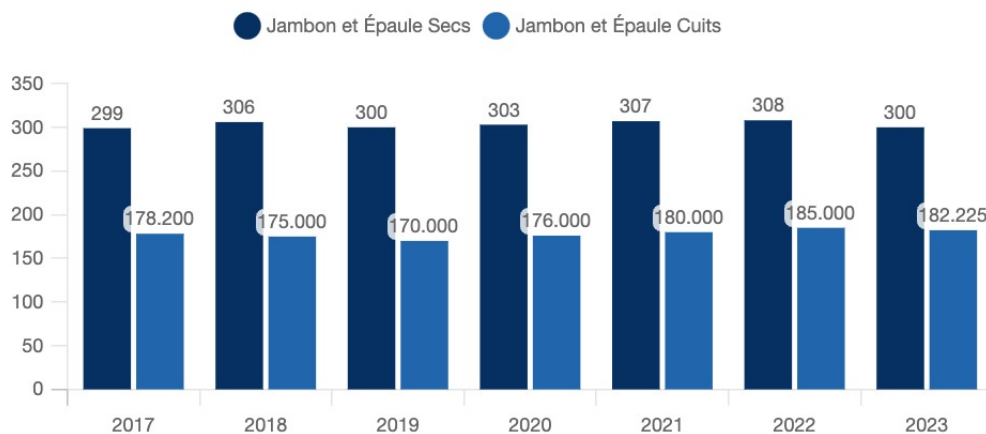
Entre 2017 y 2023, la producción de jamón en España mostró variaciones interesantes, tanto en el segmento de jamones y paletas curados en seco como en el de los cocidos.

En el caso de los jamones y paletas curados en seco, la producción aumentó ligeramente, pasando de **299.000 toneladas** en 2017 a **308.000 toneladas** en 2022 (+3,0%). Sin embargo, en 2023 se registró un leve descenso, con una producción de **300.000 toneladas** (-2,6% respecto a 2022).

Por otro lado, la producción de jamón y paleta cocidos siguió una tendencia más marcada, aunque sufrió una ligera caída entre 2017 y 2019, pasando de **178.200 toneladas** a **170.000 toneladas** (-4,6%). A partir de 2020, la producción experimentó un aumento progresivo, alcanzando **182.225 toneladas** en 2023 (+7,2% respecto a 2020). Este crecimiento refleja una recuperación y un avance constante en los últimos años.

[Copy] Production de jambon en Espagne

Espagne, 2017-2023, milliers de tonnes



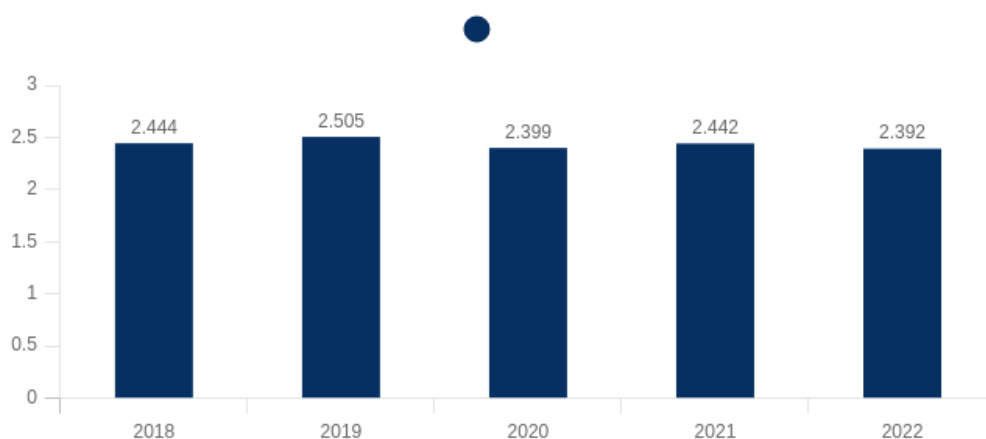
Source : ANICE 

Aunque en 2022 existían alrededor de **1.500 empresas dedicadas** a la fabricación de jamón, los códigos estadísticos definidos por el INE no permiten una aproximación más precisa al mercado que la categoría de producto "fabricación de elaborados cárnicos". Por ello, aunque las siguientes cifras incluyen otros tipos de producto, siguen siendo las más precisas para estudiar la producción de jamón. Así, entre 2018 y 2022, el número de empresas dedicadas a la elaboración de productos cárnicos en España fluctuó ligeramente, pasando de **2.444 mil** en 2018 a **2.392 mil** en 2022, lo que supone un descenso global **del 2,13%**. Tras una subida moderada en 2019(+2,5%) hasta **2.505 miles**, esta cifra descendió en 2020(-4,2%) antes de estabilizarse en 2021(+1,8%).



Crecimiento del número de empresas productoras de productos cárnicos

España, 2018-2022, miles de empresas



Fuente: [INE](#)

Zonas de producción de jamón ibérico:

El jamón ibérico es uno de los productos más emblemáticos de la gastronomía española, y su calidad está estrechamente ligada a las zonas donde se produce. Las principales regiones productoras de jamones y paletas ibéricas se encuentran principalmente en el **sur** y **suroeste** de España, zonas que reúnen unos criterios muy específicos en cuanto a clima, geografía y calidad de las **dehesas** donde se crían los cerdos ibéricos. La combinación de estos factores naturales contribuye al sabor único y a la calidad superior del jamón ibérico.

- **Guijuelo (Salamanca):**

La comarca de **Guijuelo**, situada en la provincia de **Salamanca**, es una de las más prestigiosas zonas de producción de jamón ibérico. Guijuelo fue la primera **Denominación de Origen (D.O.)** en España para el jamón ibérico y es famosa por su **sabor suave, afrutado y fundente**. El **clima mediterráneo continental** de Guijuelo, con inviernos muy fríos y veranos calurosos y secos, es perfecto para el secado y curación de los jamones. Las precipitaciones son escasas y la temperatura media oscila entre los 25° y los 35°, lo que favorece el proceso de curación.

La **geografía montañosa** de la región, rodeada por la Cordillera Central, los Montes de Toledo y Sierra Morena, así como llanuras y valles a una altitud media de unos 1.000 metros sobre el nivel del mar, contribuyen también a una excelente curación del jamón. **Los cerdos ibéricos** de Guijuelo se alimentan principalmente de bellotas procedentes de las **dehesas** de la comarca, que se extienden por las provincias vecinas de **Tolède, Ávila, Segovia y Zamora**, con alcornoques y encinares que mejoran la calidad de los animales y del jamón.

- **Extremadura:**

Extremadura es una de las regiones más importantes para la producción de **jamón ibérico de bellota**. Las dehesas de esta región son ideales para la cría del cerdo ibérico, por la calidad de las dehesas y la abundancia de **bellotas** en otoño. Las condiciones climáticas de Extremadura, con **veranos calurosos** e **inviernos suaves**, así como su **orografía montañosa**, contribuyen a la óptima maduración del jamón.

El **jamón extremeño** es muy apreciado por su característico sabor profundo y textura entreverada, resultado de la combinación de su alimentación natural y el proceso de curación en secaderos tradicionales.

- **Jabugo (Huelva):**

La comarca de **Jabugo**, en la provincia de **Huelva**, es probablemente la zona de producción de **jamón ibérico** más conocida y emblemática de España. Situada en la **Sierra de Aracena**, Jabugo es famosa por su jamón **de bellota** de excepcional calidad. Los cerdos ibéricos criados en las **dehesas de Jabugo** se alimentan de bellotas y otros productos naturales, lo que les confiere un sabor inconfundible.

El **microclima** de la región, con **inviernos húmedos** y **veranos calurosos**, unido a su **altitud**, favorece el proceso de curación que hace del jamón de Jabugo un **producto** tan **gourmet**. La maduración en **cuevas naturales** de la Sierra permite que el jamón desarrolle un sabor único y complejo.

- **Los Pedroches (Córdoba):**

La comarca de **Los Pedroches**, situada en la provincia de **Córdoba**, es otra reconocida zona de producción de **jamón ibérico**. Esta región es especialmente famosa por su **jamón de bellota** de alta calidad, producido a partir de **cerdos ibéricos** alimentados principalmente con bellotas, que crecen abundantemente en las **dehesas** de la región.

El clima de Los Pedroches es mediterráneo, con **inviernos suaves** y **veranos calurosos**, ideal para producir jamón de calidad. Las dehesas, **ricas en** bellotas, pastos y otra vegetación natural, son ideales para la alimentación de los cerdos, lo que permite que la carne desarrolle un sabor y una textura excepcionales. La **geografía** de la región, caracterizada por un terreno suavemente ondulado, también desempeña un papel importante en la calidad de los productos, ya que favorece un **secado** natural de los jamones.

Los jamones de Los Pedroches son famosos por su textura firme y su sabor intenso, con aromas a frutos secos, característicos del jamón ibérico de bellota.

Fuente: [:Dehesacharra](#)

Estructura del mercado

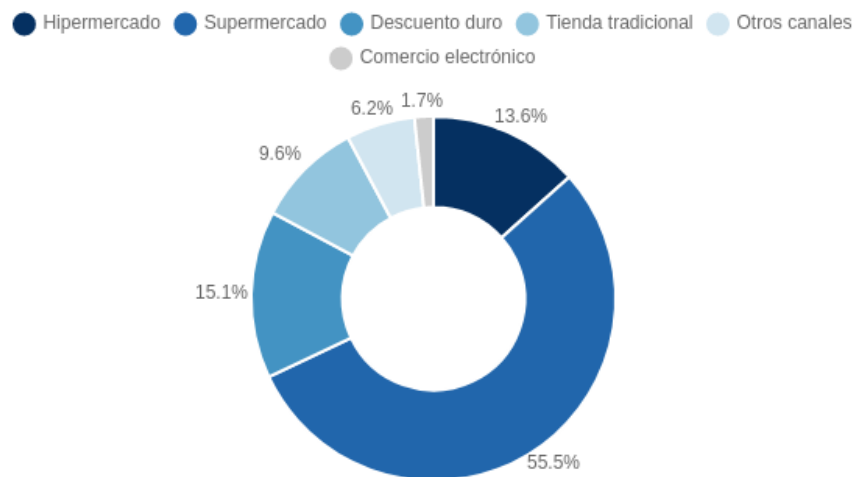
3.3 Distribución

Distribución de carne procesada:

En España en 2023, el mercado de la carne procesada estaba ampliamente dominado por **los supermercados**, que acapararon el **55,5% de** la cuota de mercado, lo que confirma su papel central en la distribución de estos productos. **Los hard discounters** ocuparon el segundo lugar con **un 15,1%**, seguidos de **los hipermercados** con un **13,6%**. **Las tiendas tradicionales** mantuvieron una presencia significativa con el **9,6%**, mientras que **otros canales** aportaron el **6,2%** de las ventas. Por último, el **comercio electrónico**, aunque todavía marginal, representó **el 1,7%**, lo que muestra el potencial de crecimiento de este segmento. Este desglose ilustra el predominio de los grandes distribuidores, al tiempo que deja un lugar importante a los canales alternativos y tradicionales.



Reparto de las cuotas de mercado de los minoristas en el mercado de la carne transformada
España, 2023, %



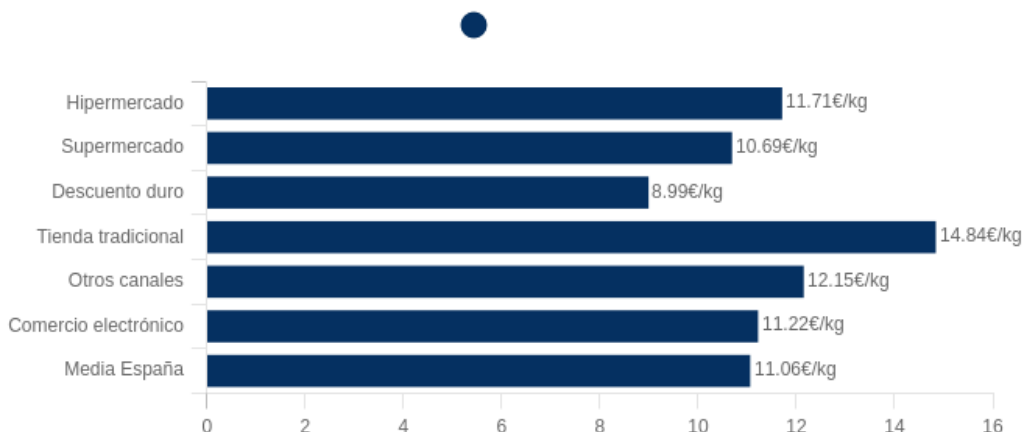
Fuente: [Informe del consumo alimentario 2023](#)

El precio medio de la carne procesada, incluido el jamón, varió según el canal de distribución. **Las tiendas tradicionales** registraron el precio más alto con **14,84 €/kg**, seguidas de **otros canales** con **12,15 €/kg**. **Los hipermercados** y el **comercio electrónico** ofrecieron precios ligeramente inferiores, de **11,71 euros/kg** y **11,22 euros/kg** respectivamente, mientras que **los supermercados** se situaron por debajo de la media nacional (**10,69 euros/kg**). **Las tiendas de descuento duro** ofrecieron los precios más competitivos, a **8,99 €/kg**, muy por debajo de la **media española de 11,06 €/kg**, lo que refleja una variación significativa entre los distintos tipos de minoristas.



Precios de la carne procesada por canal de distribución

España, 2023, %



Fuente: [Informe del consumo alimentario 2023](#)

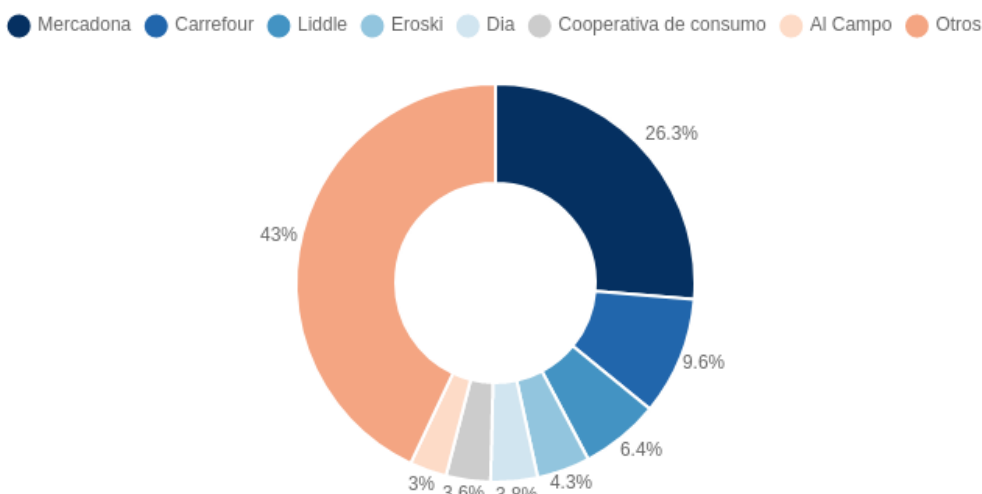
Cuota de mercado minorista:

En España en 2024, Mercadona dominaba el mercado minorista con una cuota de mercado del **26,3%**, confirmando su posición de líder indiscutible. Carrefour ocupa el segundo lugar con **un 9,6%**, mientras que Lidl se sitúa en tercer lugar con un **6,4%**. Otros operadores, como Eroski(**4,3%**), Dia(**3,8%**), Consum Coop(**3,6%**) y Al Campo(**3%**), tuvieron cuotas de mercado menores. Por último, el resto del sector estaba fragmentado, con **un 43%** repartido entre varios distribuidores, lo que subraya la diversidad de la oferta en el panorama minorista español.



Cuota de mercado de la distribución en España

España, 2024, %, %



Fuente: [KANTAR](#)

El sector de carnicerías y charcuterías (distribución especializada):

Entre 2018 y 2022, el sector de carnicerías y charcuterías en España atravesó un periodo de fluctuaciones tanto en el número de negocios como en el número de empleados. El número de negocios se redujo ligeramente, pasando de **24.295** en 2018 a **24.050** en 2022, lo que supone un descenso global **del -1,0%**. Sin embargo, esta tendencia ha

seguido una trayectoria desigual: tras una caída significativa en 2019(-5,8% en comparación con 2018), el sector se recuperó en 2020(+2,6%) y 2021(+3,9%), antes de retroceder ligeramente en 2022(-1,4%). Estas variaciones reflejan la adaptación gradual de las empresas ante los retos estructurales y cíclicos.

El número de empleados también ha cambiado significativamente. Pasó de **58.119** en 2018 a **58.768** en 2022, mostrando un ligero aumento global del **+1,1%** durante el periodo. Sin embargo, este aumento oculta fluctuaciones significativas. Entre 2018 y 2021 se produjo un descenso constante, que alcanzó el **-4,5%** en 2021 con **55.478 empleados**, el punto más bajo del periodo. Esta tendencia se invirtió en 2022, cuando se produjo una notable recuperación, con un aumento del **+5,9%** en comparación con 2021, volviendo a un nivel ligeramente superior al de 2018.

Estas variaciones reflejan no solo las transformaciones del mercado, sino también el impacto de las crisis económicas y sanitarias, como la pandemia de COVID-19, que perturbó los hábitos de consumo y las cadenas de suministro. A pesar de estos retos, el ligero crecimiento del número de empleados en 2022 sugiere una cierta resistencia en el sector y una adaptación a las nuevas dinámicas del mercado, especialmente a través de una demanda renovada de productos locales y de calidad.



Crecimiento del número de carnicerías y charcuterías

España, 2018-2022, miles de empresas, miles de empleados



Fuente: [INE](#)

Entre 2018 y 2022, el sector de carnicerías y charcuterías en España mostró una evolución positiva en términos de facturación y excedente bruto de explotación (EBITDA), a pesar de las fluctuaciones ligadas a la dinámica económica y los cambios en el consumo.

Las ventas crecieron significativamente, pasando de **4.346 millones de euros en 2018** a **5.111 millones de euros en 2022**, lo que supuso un incremento global del **+17,6%**. Este crecimiento no fue lineal: tras un ligero aumento en **2019 (+0,6%)**, las ventas cayeron en **2020 (-1,7%)**, afectadas por las restricciones relacionadas con la pandemia COVID-19 y el descenso del consumo fuera del hogar. Sin embargo, el sector repuntó con fuerza en **2021 (+8,0%)** y siguió creciendo en **2022 (+10,2%)**, alcanzando su nivel más alto del periodo.

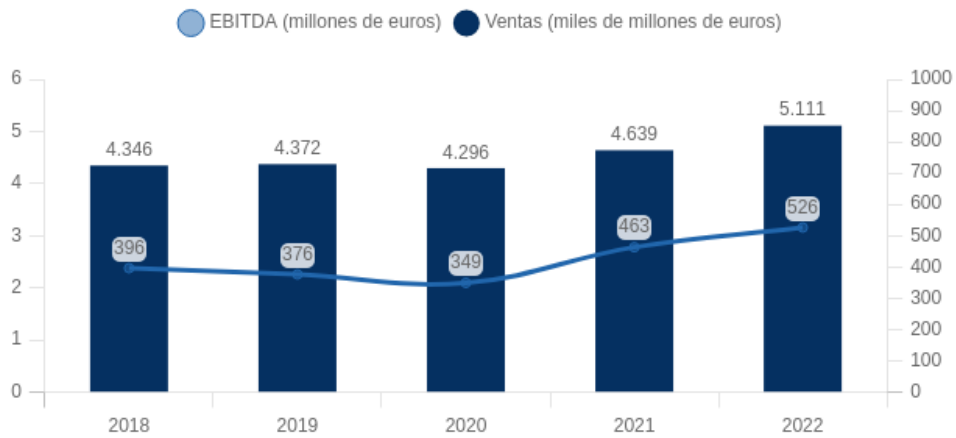
El resultado bruto de explotación (EBITDA) también mostró una tendencia al alza, pasando de **396 millones de euros en 2018** a **526 millones de euros en 2022**, lo que supuso un aumento global del **+32,8%**. Esta cifra ilustra una mejora de la rentabilidad del sector, aunque estuvo marcada por variaciones significativas. Tras descensos en **2019 (-5,1%)** y **2020 (-7,2%)**, el EBITDA repuntó con fuerza en **2021 (+32,7%)** y siguió creciendo en **2022 (+13,6%)**.

Esta evolución refleja la buena adaptación del sector a los retos económicos, gracias sobre todo al aumento de la demanda de productos locales de calidad durante un periodo de recuperación económica. Para **2022**, el alto nivel de ventas y EBITDA subraya no solo la resistencia del sector, sino también su capacidad para captar valor en un mercado cambiante. Esto subraya la importancia de una gestión eficaz de los recursos y los costes para mantener y mejorar la rentabilidad.



Crecimiento de las ventas y del EBITDA en el sector de las carnicerías y charcuterías en España

España, 2018-2022, miles de millones de euros



Fuente: [INE](#)

Análisis de la oferta

4.1 Tipo de oferta

Diferencias entre jamón curado y cocido :

Jamón curado:

El jamón curado es un producto **secado y madurado** sin cocción, lo que le confiere un sabor intenso y una textura firme.

- **Método de preparación:**
 - La carne (a menudo la pierna de cerdo) se sala para eliminar la humedad.
 - Después se deja secar al aire libre o en bodegas, a veces durante varios meses o incluso años (según el tipo de jamón).
 - No hay ningún proceso de cocción.
- **Ejemplos famosos:**
 - **Jamón serrano** (España).
 - **Jamón de Parma** (Italia).
 - **Jamón ibérico de bellota** (España).
- **Características:**
 - Sabor intenso, a menudo salado.
 - Textura firme pero fundente, sobre todo en los jamones de calidad superior.
 - Color rojo oscuro con veteado de grasa.
- **Cómo consumirlo:**
 - Se consume generalmente en lonchas finas.
 - Acompaña platos fríos, tapas o solo.

Jamón cocido:

El jamón cocido es un producto **preparado mediante cocción**, lo que le confiere una textura más blanda y un sabor más suave.

- **Método de preparación:**
 - La carne suele curarse (remojarse en una solución de agua salada y sustancias aromáticas).
 - Después se cuece a baja temperatura (en el horno o en agua caliente).
 - A veces también se ahúma después de la cocción.
- **Ejemplos famosos:**
 - **Jambon blanc (jamón blanco)** (Francia).
 - **Jamón con hueso** o jamón asado.
 - **Jamón Prince de Paris**.

- **Características:**

- Sabor suave, menos salado que el jamón curado.
- Textura blanda y húmeda.
- Aspecto rosa uniforme.

- **Consumo:**

- Se utiliza a menudo en bocadillos, croque-monsieur, quiches o gratinados.
- Puede servirse caliente o frío.

Diferencia entre jamón curado y jamón ibérico :

- **Origen y raza del cerdo:**

El jamón ibérico se produce a partir de cerdos ibéricos, una raza endémica del suroeste de España y Portugal. Estos cerdos son famosos por su capacidad para infiltrar grasa en sus fibras musculares, lo que da lugar a sabores ricos y complejos. El jamón blanco procede de cerdos blancos, a menudo de razas como Duroc, Landrace, Large White o Pietrain, criados principalmente con una alimentación intensiva.

- **Alimentación :**

El jamón ibérico se clasifica en función de la alimentación de los cerdos. El jamón de Bellota procede de cerdos alimentados con bellotas y pastos en libertad. El jamón de Cebo de Campo procede de cerdos alimentados con una dieta mixta, que incluye pastos y cereales, en condiciones de semilibertad. Por último, el jamón de Cebo procede de cerdos alimentados exclusivamente con piensos compuestos en granjas intensivas. Por otro lado, los cerdos con los que se elabora el jamón blanco se alimentan principalmente con cereales y piensos compuestos.

- **Proceso de maduración y duración :**

El proceso de curación del jamón ibérico puede durar de 14 a 36 meses, con un secado natural gradual que desarrolla aromas complejos. El proceso de curación del jamón curado es más corto, entre 7 y 16 meses, a menudo acelerado en ambientes controlados.

- **Categorías y denominaciones :**

El jamón ibérico se clasifica según la pureza de la raza y la alimentación. Las etiquetas utilizan códigos de color para indicar la calidad: negro para la Bellota 100% ibérica, rojo para la Bellota cruzada, verde para el Cebo de Campo y blanco para el Cebo. El jamón blanco se clasifica por etiquetas geográficas como Jamón Serrano, DOP Teruel o IGP Trévez, y por términos que indican el periodo de maduración (Bodega durante 9 meses, Reserva durante 12 meses, Gran Reserva durante 15 meses).

- **Producción y consumo:**

El jamón ibérico sólo representa el 10% de la producción española y se considera un producto de gama alta, a menudo reservado para ocasiones especiales. El jamón curado, que representa el 90% de la producción, es más asequible y apto para el consumo diario.

Fuente: [JamonLovers](#)

Tipos de jamón

El **jamón**, emblema de la gastronomía ibérica y mediterránea, se distingue por sus múltiples variedades. Estas distinciones se basan en la raza del cerdo, su alimentación, las técnicas de producción y los sellos de calidad. He aquí una tipología organizada y enriquecida de los principales tipos de jamón:

1. Jamón ibérico

- **Origen:** Producido a partir de cerdos ibéricos, criados principalmente en el suroeste de España y Portugal.
- **Características:**
 - Cerdos criados en libertad o de forma semi-intensiva.
 - Alimentados con bellotas (bellota) o cereales (cebo).
 - Maduración de hasta 36 meses.
 - Textura fundente y sabor intenso.
- **Variantes famosas con DOP:**
 - **DOP Jabugo:** Producido en la Sierra de Aracena, beneficiándose de un microclima ideal.
 - **DOP Guijuelo:** De Salamanca, de sabor suave y aroma sutil.
 - **DOP Dehesa de Extremadura:** Producido en las ricas dehesas extremeñas.
 - **DOP Los Pedroches:** Producido en el norte de Córdoba, con cerdos 100% ibéricos.

2. Jamón Serrano

- **Origen:** Elaborado a partir de cerdos blancos (Landrace, Duroc o Large White) criados en zonas de montanera.
- **Características:**
 - **Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)** por la Unión Europea.
 - Curación mínima de 30 semanas en ambiente fresco y seco.
 - Sabor suave y color ligeramente rosado.
- **Variantes:**
 - **Consorcio del Jamón Serrano Español:** Maduración prolongada (45 semanas) con origen 100% español.

3. Jamón de Bellota

- **Origen:** Procedente de cerdos ibéricos criados en libertad y alimentados exclusivamente con bellotas durante la montanera.
- **Características:**
 - Calidad superior y textura delicada gracias a las grasas insaturadas.
 - Sabor profundo con notas de madera y frutos secos.

4. Jamón blanco

- **Origen:** Elaborado a partir de cerdos blancos criados en granjas y alimentados con cereales.
- **Características:**
 - Destinado al gran consumo.
 - Sabor ligero y precio más asequible.
 - Ejemplo: **DOP Teruel**, bajo en colesterol y sal.

5. Jamones regionales con DOP

- **DOP Teruel:** Producido a partir de cerdos blancos en zonas montañosas de la provincia de Teruel. Suave y con bajo contenido en sal.
- **DOP Trevélez:** Producido en Sierra Nevada, utilizando únicamente sal marina y un largo proceso de curación.

6. Jamón de Parma

- **Origen:** Producido en la región italiana de Parma.
- **Características:**
 - Salazón mínima para un sabor suave y refinado.
 - Maduración lenta (hasta 12 meses), sin conservantes artificiales.

7. Jamón cocido (o jamón de York)

- **Origen:** Elaborado con perniles tratados con salmuera antes de la cocción.
- **Características:**
 - Textura tierna y color rosáceo.
 - Diferentes calidades disponibles (extra, primera y segunda).

8. Jamón de pavo

- **Origen:** Elaborado a partir de muslos de pavo.
- **Características:**
 - Bajo contenido en grasa.
 - Rico en proteínas, vitaminas y minerales.
 - Ideal para dietas hipocalóricas.

9. Paletilla

- **Origen:** Elaborada a partir de las patas delanteras del cerdo.
- **Características:**
 - Menor tamaño y menor coste que el jamón.
 - Sabor más intenso debido al menor tiempo de maduración.

10. Variantes específicas

- **Jamón de Huelva (DOP):** Similar al Jabugo, con un proceso de elaboración basado en técnicas tradicionales.
- **Jamón de Guijuelo (DOP):** Reconocido por su suavidad y excepcional calidad.
- **Jamón de Extremadura (DOP):** Elaborado en un entorno natural favorable con cerdos 100% ibéricos.

11. Jamón Duroc

- **Origen:** Elaborado a partir de cerdos Duroc, reconocidos por su infiltración de grasa.
- **Características:**
 - Sabor intenso y textura jugosa.
 - A menudo se utiliza para jamones serranos de calidad superior.

Fuente: [La Trastienda Sanxenxo](#)

Análisis de la oferta

4.2 Segmentación de la oferta

La segmentación **por precios** del mercado español del jamón se estructura en torno a diferentes categorías, que reflejan tanto la calidad del producto como las expectativas del consumidor:

1. Segmento Premium

- **Características:** Incluye principalmente el jamón **ibérico de bellota**, reconocido por sus métodos de producción tradicionales, la calidad de la carne procedente de cerdos alimentados con bellota y un largo periodo de maduración (de 24 a 36 meses).
- **Precio:** Muy elevado, a menudo superior a **80-100 euros/kg**.
- **Destinatarios:** Consumidores que buscan productos exclusivos, a menudo para ocasiones especiales o celebraciones, y apegados a etiquetas de calidad (DOP, 100% ibérico).
- **Ejemplos:** Marcas como Cinco Jotas, Carrasco Guijuelo.

2. Segmento medio-alto

- **Características:** Jamones **ibéricos de cebo de campo** o **cebo**, procedentes de cerdos criados en régimen de semilibertad o intensivo, alimentados con piensos. Maduración más corta que la bellota (de 12 a 24 meses).
- **Precio:** Entre **40 y 80 euros/kg**.
- **Destinatarios:** Consumidores que desean un producto de mayor calidad pero a un precio más asequible que la bellota.
- **Ejemplos:** jamones ibéricos de marcas menos prestigiosas o de venta en supermercados.

3. Segmento intermedio

- **Características:** Incluye **jamón serrano** de calidad, a menudo producido a partir de cerdos blancos (Duroc, Large White). La maduración varía entre **9 y 15 meses**.
- **Precio:** Entre **20 y 40 euros/kg**.
- **Destinatarios:** Hogares que buscan un producto de buena calidad para consumo habitual o para ocasiones especiales.
- **Ejemplos:** Jamón serrano Reserva o Gran Reserva.

4. Segmento económico (entry-level)

- **Características:** Incluye jamones serranos o curados industriales, con una maduración mínima (9 meses). Estos productos se caracterizan por un sabor estandarizado y un precio competitivo.

- **Precio:** Menos de **20 euros/kg**.
- **Destinatarios:** Consumidores sensibles al precio, a menudo para consumo diario o en formato loncheado para bocadillos.
- **Ejemplos:** marcas blancas o jamones vendidos en paquetes grandes.

5. Segmento de bajo coste

- **Características:** Jamones procedentes generalmente de ganaderías intensivas, a veces con procesos de maduración abreviados. Menos aromáticos, estos productos pretenden satisfacer una demanda básica.
- **Precio:** Inferior a **10 euros/kg**.
- **Destinatarios:** Consumidores que buscan el precio más bajo, a menudo para consumo familiar o uso culinario.
- **Ejemplos:** Marcas de distribuidor de grandes cadenas de distribución.

Resumen de la dinámica

- Los segmentos **premium** y **medio-alto** están **creciendo**, impulsados por un movimiento ascendente de los consumidores apegados a la calidad y el prestigio del jamón ibérico.
- Los segmentos **económico** y de **bajo coste** dominan en términos de volumen, pero su crecimiento se ve limitado por márgenes más bajos y la intensa competencia de las marcas blancas.

Análisis de la oferta

4.3 Precios

Los siguientes cuadros presentan de manera no exhaustiva la oferta de jamones en la gran distribución en España en diciembre de 2024:

Oferta de Mercadona en diciembre de 2024:

Type de Jambon	Producto	Peso	Precio (€)	Marca
Jamón Ibérico	Paleta de cebo ibérica La Hacienda del ibérico	100 g	4,90 €/ud.	La Hacienda del ibérico
	Paleta de cebo ibérica La Hacienda del ibérico	5 kg (approx.)	58,00 €/ud.	La Hacienda del ibérico
	Jamón cebo ibérico cortado a máquina	160 g (approx.)	8,24 €/ud.	-
	Jamón cebo ibérico cortado a cuchillo	90 g (approx.)	5,85 €/ud.	-
Jamón Serrano	Jamón serrano Incarlopsa lonchas extrafinas	120 g	2,45 €/ud.	Inccarlopsa
	Jamón serrano lonchas Incarlopsa	240 g	4,10 €/ud.	Inccarlopsa
	Jamón serrano medias lonchas Jamcal	2 x 120 g	4,15 €/pack	Jamcal
	Jamón serrano reserva cortado a cuchillo	90 g (approx.)	3,51 €/ud.	-
	Jamón serrano gran reserva Costa Brava sin aditivos	90 g	2,30 €/ud.	Costa Brava
	Jamón serrano cortado a máquina	160 g (approx.)	3,68 €/ud.	-

jamón cocido	Jamón cocido extra Hacendado finas lonchas	2 x 225 g	3,45 €/pack	Hacendado
	Jamón cocido Hacendado lonchas	200 g	2,41 €/ud.	Hacendado
	Jamón cocido extra Hacendado finas lonchas	200 g	2,05 €/ud.	Hacendado
	Jamón cocido extra sándwich Hacendado lonchas	250 g	2,05 €/ud.	Hacendado
	Jamón cocido Noel lonchas	120 g	2,30 €/ud.	Noel
	Pechuga de pavo bajo en sal Hacendado finas lonchas	2 x 200 g	3,55 €/pack	Hacendado
	Pechuga 92% pavo Hacendado lonchas	200 g	2,65 €/ud.	Hacendado
	Pechuga de pavo Noel lonchas muy finas	200 g	2,20 €/ud.	Noel
	Jamón cocido extra Hacendado lonchas	-	-	Hacendado

Otros tipos de jamón	Taquitos de jamón Incarlopsa	2 x 100 g	2,65 €/pack	Incáropsa
	Mini taquitos de jamón Incarlopsa	2 x 90 g	2,65 €/pack	Incáropsa
	Jamón de Trevélez lonchas extra finas Antonio Álvarez	120 g	3,50 €/ud.	Antonio Álvarez
	Jamón serrano gran reserva Costa Brava sin aditivos	90 g	2,30 €/ud.	Costa Brava
	Jamón serrano reserva cortado a cuchillo	90 g (approx.)	3,51 €/ud.	-

Fuente : [Mercadona](#)

Oferta de Al campo en diciembre de 2024 :

	Producto	Peso	Precios (€)	Marca	Otras características
Jamón cocido	CAMPOFRÍO Jamón cocido cortado en lonchas 75 g.	75 g	0,98	CAMPOFRÍO	Refrigerado
	CAMPOFRÍO Jamón cocido extra 200 g.	200 g	2,09	CAMPOFRÍO	Refrigerado
	AUCHAN Jamón cocido extra 200 g.	200 g	1,89	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	AUCHAN Jamón cocido en lonchas 100 g.	100 g	1,29	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	SÁNCHEZ ALCARAZ Jamón cocido cortado en lonchas 120 g.	120 g	1,49	SÁNCHEZ ALCARAZ	Sin gluten, sin lactosa, refrigerado
	EL POZO Jamón cocido extra 200 g.	200 g	2,49	EL POZO	Refrigerado
	CAMPOS DE ESPAÑA Jamón cocido 150 g.	150 g	1,69	CAMPOS DE ESPAÑA	Refrigerado
	EL POZO Jamón cocido 100 g.	100 g	1,09	EL POZO	Refrigerado
	ANTONIO VILA Jamón cocido extra 300 g.	300 g	3,29	ANTONIO VILA	Refrigerado
	NAVIDUL Jamón cocido extra 250 g.	250 g	2,79	NAVIDUL	Refrigerado

Serrano	AUCHAN Jamón serrano reserva (curación mínima de 12 meses) cortado en lonchas 100 g.	100 g	2,49	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	AUCHAN Jamón serrano reserva (curación mínima de 12 meses) cortado en lonchas 250 g.	250 g	4,26	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	AUCHAN Jamón serrano gran reserva 15 meses 150 g.	150 g	3,49	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	AUCHAN Jamón serrano bodega (10 meses de curación) cortado en lonchas 250 g.	250 g	3,99	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	AUCHAN Jamón serrano reserva 200 g.	200 g	3,99	AUCHAN	Producto Alcampo, refrigerado
	EL POZO Jamón serrano extra 150 g.	150 g	3,20	EL POZO	Refrigerado
	EL POZO Jamón serrano gran reserva 18 meses 200 g.	200 g	5,49	EL POZO	Refrigerado
	PRODUCTO ECONÓMICO ALCAMPO Jamón serrano cortado en lonchas 250 g.	250 g	3,75	PRODUCTO ECONÓMICO	Refrigerado
	JAMONES ARROYO Jamón serrano cortado en lonchas 250 g.	250 g	3,75	JAMONES ARROYO	Refrigerado
	BOADAS Jamón serrano gran reserva 18 meses 150 g.	150 g	4,50	BOADAS	Refrigerado

Ibérico	MATORRAL Virutas curadas de jamón y paleta (50% cerdo blanco, 50% cerdo ibérico)	150 g	3,55	MATORRAL	Refrigerado
	SÁNCHEZ ALCARAZ Jamón curado en taquitos de jamón ibérico 50 g.	50 g	2,50	SÁNCHEZ ALCARAZ	Refrigerado, sin gluten, sin lactosa
	IBERICO DE BELLOTA Jamón ibérico 100 g.	100 g	5,99	IBERICO DE BELLOTA	Refrigerado
	NAVIDUL Jamón ibérico de bellota cortado en lonchas 80 g.	80 g	6,80	NAVIDUL	Refrigerado
	SÁNCHEZ ALCARAZ Jamón ibérico curado en lonchas 100 g.	100 g	5,99	SÁNCHEZ ALCARAZ	Refrigerado
	COVAP Jamón ibérico de bellota 150 g.	150 g	8,99	COVAP	Refrigerado
	JAMONES CASTILLA Jamón ibérico curado 250 g.	250 g	14,99	JAMONES CASTILLA	Refrigerado
	JAMÓN DE CASTILLA Jamón ibérico curado 200 g.	200 g	12,50	JAMÓN DE CASTILLA	Refrigerado
	LOS ALTOS Jamón ibérico de bellota 75 g.	75 g	5,49	LOS ALTOS	Refrigerado
PEÑAS DEL REY Jamón ibérico cortado en lonchas 100 g.	100 g	7,50	PEÑAS DEL REY	Refrigerado	

Fuente : [Alcampo](#)

Finalmente, el último cuadro resalta los mejores jamones ibéricos del año 2023:

Producto	Origen	Precio	Peso	Tiempo de curación	Tipo de Ganadería	Otras características
Jamón de Bellota 100% Ibérico RR	Sierra del Norte de Sevilla	336 €	8-8.5 kg	40 meses	Extensiva	Artesanía, alimentación con bellotas y pastos naturales, producción sostenible y ética
Jamón de Bellota 100% Ibérico Aljomar	Guijuelo, Salamanca	499 €	8 kg	36 meses	Extensiva	El mejor jamón ibérico, de producción sostenible y tradicional, criado en libertad.
Jamón Joselito Vintage 2015	Guijuelo, Salamanca	1.600€	9-10 kg	Más de 7 ans	Extensiva	Producto de lujo, criado en libertad, alimentado con bellota, de larga maduración.
Jamón Bellota 100% Ibérico Fisan	Campillo de Salvatierra, Salamanca	575 €	7.5-8 kg	50 meses	Extensiva	Alta gama, producción tradicional, madurado durante 50 meses.
Jamón de Bellota 100% Ibérico Cinco Jotas	Jabugo, Huelva	800 €	7-8 kg	48 meses	Extensiva	Jamón de gran prestigio, maduración lenta, cerdos alimentados exclusivamente con bellotas.
Jamón de Bellota 100% Ibérico 5 Jotas Gran Reserva	Jabugo, Huelva	1.200€	7.5-8 kg	60 meses	Extensiva	Ultra-premium, con sólo el mejor lote seleccionado para esta edición, y muy larga maduración.

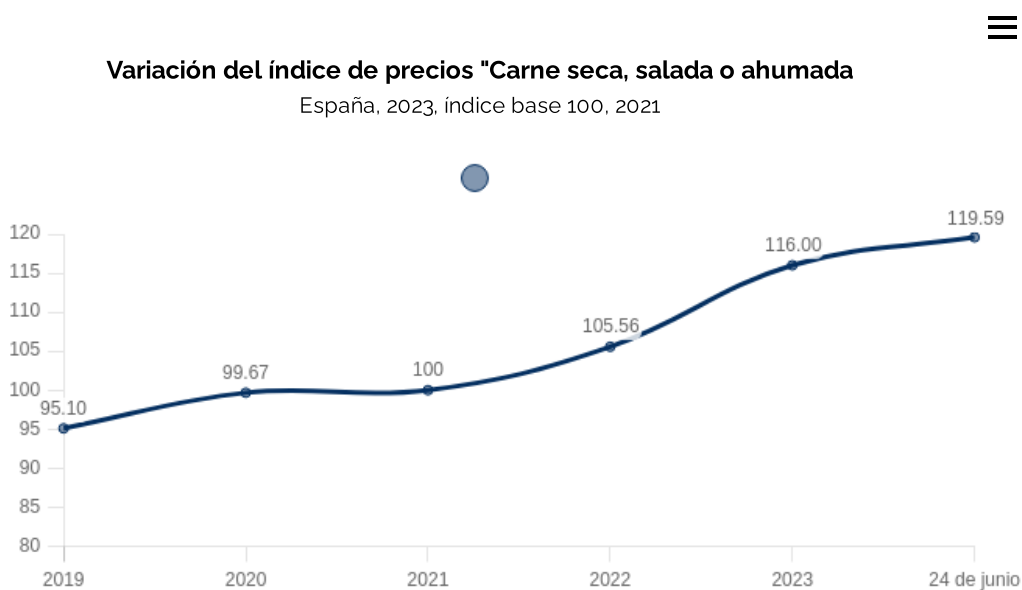
Jamón Ibérico de Cebo Joselito	Guijuelo, Salamanca	220 €	8-8.5 kg	24 meses	Cebo	Cebo, cerdo alimentado con cereales y otros alimentos naturales, un producto de buena relación calidad-precio.
Jamón Ibérico de Bellota 100% Ibérico Dehesa de Extremadura	Dehesa de Extremadura	540 €	7.5-8 kg	48 meses	Extensiva	Alimentado con bellotas en las extensas dehesas de Extremadura, larga maduración.

Fuente : [\[RRibéricos\]](#)

Análisis de la oferta

4.4 Evolución de los precios

El índice de precios de la categoría "Carne seca, salada o ahumada" en España, con base 100 en 2021, muestra un cambio significativo entre 2019 y junio de 2024. En 2019, el índice se situó en 95,10, reflejando niveles de precios inferiores a los de 2021. En 2020, alcanzó 99,67, lo que representa un ligero aumento previo a la pandemia. En 2021, el índice se estabilizó en 100, sirviendo de referencia para las comparaciones posteriores. **En 2022 se registró una notable subida, con un índice de 105,56**, lo que refleja un aumento de los precios, debido a las tensiones en los mercados de materias primas. **En 2023, esta tendencia al alza se aceleró, alcanzando el índice 116,00**. Por último, **en junio de 2024, el índice siguió subiendo, alcanzando 119,59**, lo que subraya un aumento continuo de los precios de esta categoría de carne en España y, por tanto, también del jamón.



Fuente: [INE](#)

Análisis de la oferta

4.5 Tendencias de la oferta: hacia arriba

El jamón ibérico de gama alta, motor de la excelencia gastronómica

El **jamón ibérico** ocupa una posición cada vez más prestigiosa en los mercados internacionales, marcando una clara tendencia hacia el upmarket. Este producto, emblemático de la cultura gastronómica española, es considerado hoy en día un tesoro culinario, gracias a su proceso de elaboración tradicional y a su excepcional calidad. Los datos recientes sobre las exportaciones del sector confirman esta tendencia hacia un mayor prestigio.

- **Un aumento en volumen y valor:**

Según cifras del Consorcio del Jamón Serrano Español, las exportaciones de jamón curado español alcanzaron las **59.850 toneladas en 2023**, lo que supone un aumento del **4,95%** respecto al año anterior. Al mismo tiempo, el valor de las exportaciones aumentó un **10,80%**, generando unos ingresos de más de **657 millones de euros**. Estas cifras atestiguan no sólo el crecimiento de la demanda internacional, sino también el atractivo de los productos de alta calidad, a menudo posicionados en gamas superiores.

- **Diversificación de mercados:**

Tradicionalmente consumido en Europa, el jamón ibérico está ganando popularidad en mercados emergentes como Brasil, Chile y Noruega. Estas regiones muestran un interés creciente por productos excepcionales, lo que refuerza la diversificación geográfica de las exportaciones. Este fenómeno ilustra el reconocimiento mundial de la calidad del jamón ibérico y su estatus de producto de lujo.

- **Una apuesta por la calidad:**

El ascenso del jamón ibérico en el mercado se apoya en un esfuerzo constante por mejorar la calidad y la sostenibilidad. Los productores adoptan prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente y aplican innovaciones en el envasado para preservar las características únicas del producto. Este enfoque garantiza la sostenibilidad de la industria al tiempo que satisface las expectativas de los consumidores modernos.

- **El jamón ibérico en la alta cocina:**

Este ascenso de categoría también se refleja en su uso en la alta cocina. Chefs de todo el mundo están incorporando el jamón ibérico en platos sofisticados, posicionándolo como un ingrediente central en sus creaciones culinarias. Ya sea combinado con trufas, servido en carpaccio o incorporado a platos de fusión, el jamón ibérico encarna el refinamiento gastronómico y la innovación.

- **Una estrategia de futuro:**

El sector no se contenta con mantener sus estándares actuales, sino que también pretende responder a la evolución de las tendencias alimentarias. La diversificación de productos, como las tapas listas para consumir o los formatos adaptados a un público internacional, está contribuyendo a ampliar la audiencia al tiempo que refuerza la posición premium del jamón ibérico.

En definitiva, el ascenso de gama del jamón ibérico responde a una ambiciosa estrategia que combina tradición, innovación y excelencia. Esta apuesta por la calidad y la sostenibilidad consolida su posición como producto emblemático de la gastronomía española y auténtico símbolo de lujo en todo el mundo.

Análisis de la oferta

4.6 Vientos en contra para el sector

Los retos del sector del jamón ibérico :

Fernando Santos, Jefe de Compras de **Julián Martín**, describe en su artículo las dificultades a las que se enfrenta la industria del **jamón ibérico** en España, a pesar del alto nivel de reconocimiento que ha alcanzado tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. El sector, cuyos orígenes se remontan a las décadas de 1930-1940, ha evolucionado a lo largo de los años, pero la entrada de nuevos actores procedentes del sector **del cerdo blanco** está empezando a transformar el panorama.

- **Rentabilidad empresarial y aumento de los costes:**

Uno de los principales retos actuales es **mantener la rentabilidad del negocio** a pesar del **aumento de los costes**. En 2022 y 2023, los precios de los **suministros** y los **salarios** en las fábricas han subido considerablemente, afectando a toda la cadena de producción. Por ejemplo, el aumento de los precios de **los cereales** está afectando tanto a los ganaderos como a los procesadores de carne, al igual que el aumento de los costes de otros suministros como **la energía**.

Además, **los costes de financiación** han alcanzado niveles históricos debido a la subida de los tipos de interés. Como consecuencia, los gastos han aumentado **más de un 10%** anual, lo que agrava aún más la situación. Según la **Asociación Nacional de Industrias de la Carne (Anice)**, la industria cárnica y el sector agroalimentario en general se encuentran en una situación crítica. Aunque los productores y transformadores han absorbido el aumento de los costes, no pueden repercutirlos en los precios de los productos, ya que los consumidores pueden tener dificultades para aceptarlos, dada la **feroz competencia existente en el mercado**.

- **Reducción de la producción de Bellota:**

Otro reto importante es el impacto de **las condiciones climáticas** en la producción de **bellota**. Con el aumento de **las temperaturas** y la **prolongación de los veranos**, **la producción** de **bellota** ha disminuido en las últimas montaneras entre **un 20% y un 25%**. Esto ha provocado una reducción del número de **sacrificios de cerdos de bellota**, lo que a su vez ha reducido la **disponibilidad de jamón ibérico** en los secaderos.

- **Concienciación del consumidor sobre la calidad:**

El tercer reto se refiere a la **educación de los consumidores**, tanto en España como a nivel internacional, sobre el **proceso artesanal** y la calidad del **jamón ibérico**. A pesar de su reputación, muchos consumidores no comprenden plenamente las **características** del producto y la **importancia de** su proceso de producción tradicional. Es esencial **educar** al mercado sobre las diferentes etapas de producción, desde la cría del cerdo hasta la **curación** en los secaderos, para que los consumidores puedan apreciar plenamente la calidad superior del **jamón ibérico**.

Fuente :[Eurocarne](#)

Normativa

5.1 Normativa europea

La **normativa española** y **europea** sobre el **jamón**, en particular **el jamón ibérico** y otros productos cárnicos, se basa en una serie de textos legislativos que regulan las prácticas de producción, transformación, calidad y comercialización. He aquí un resumen de las principales leyes y reglamentos:

- **Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012**

- **Objeto:** Este Reglamento establece **sistemas de calidad** para los productos agrícolas y alimenticios. Afecta a **las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)**, las **Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)** y las **Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG)**.
- **Incidencia en el jamón:** **el jamón ibérico** puede estar protegido por una **Denominación de Origen Protegida (DOP)**, que garantiza su origen geográfico y sus métodos tradicionales de producción.

Artículo pertinente:

- **Artículo 93:** Condiciones de registro de una denominación protegida (DOP/IGP).
- **Artículo 94:** precisiones sobre los criterios de calidad de los productos amparados por una IGP o una DOP.

- **Reglamento (CE) nº 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004**

- **Objeto:** Este reglamento establece las **normas de higiene** aplicables a los productos alimenticios, incluidos los productos cárnicos.
- **Repercusiones en el jamón:** Impone condiciones sanitarias estrictas para la fabricación, el almacenamiento y la comercialización de productos cárnicos, incluido el jamón, con el fin de garantizar la seguridad alimentaria.

Artículo pertinente:

- **Artículo 3:** Requisitos de higiene para los productos de origen animal.
- **Anexo III, capítulo V:** Requisitos específicos para los productos cárnicos, incluidos los productos secos como el jamón.

- **Reglamento (CE) nº 1332/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008**

- **Objeto:** Este Reglamento regula el uso de **aditivos alimentarios**, incluso en los productos cárnicos, para garantizar que no se utilicen aditivos nocivos.
- **Repercusión en el jamón:** Limita los tipos de aditivos que pueden utilizarse en la producción de jamón, en particular para **los jamones curados**.

Artículo pertinente:

- **Artículo 5:** Listas de aditivos alimentarios autorizados y condiciones de uso.

Normativa

5.2 jamón ibérico

El [Real Decreto 4/2014](#) establece normas de calidad para la elaboración, comercialización y etiquetado del jamón, paleta y caña de lomo ibérico. Sustituye y actualiza las disposiciones del [Real Decreto 1469/2007](#), introduciendo normas más precisas para garantizar la trazabilidad y calidad del producto. Estos son los puntos clave, enriquecidos con la nueva información:

- **Clasificación de los productos**

Los productos se clasifican en función de dos criterios principales:

1. **Racialidad:**

- "100% ibérico": animales procedentes únicamente de padres de raza ibérica pura.
- "Ibéricos": cruzados con otras razas, pero con un mínimo del 50% de genética ibérica.

2. **Alimentación:**

- **De bellota:** cerdos alimentados exclusivamente con bellotas y pastos.
- **De cebo de campo:** cerdos criados en semilibertad con una alimentación mixta.
- **De cebo:** cerdos criados en régimen cerrado con una alimentación a base de cereales y forrajes.

3. **Cada categoría tiene un código de color obligatorio para facilitar su identificación:**

- **Negro:** 100% Ibérico de Bellota.
- **Rojo:** Ibérico de bellota.
- **Verde:** Cebo de Campo Ibérico.
- **Blanco:** Cebo Ibérico.

- **Trazabilidad y control**

El seguimiento de los productos debe realizarse en todas las fases de la cadena, desde la cría hasta la comercialización. Esto incluye:

- Identificación de los cerdos en el registro de la piara.
- Certificación por organismos independientes.
- Uso de **precintos inviolables** para las piezas de maduración.

- **Condiciones de producción**

- **cría en dehesa:** Los cerdos destinados a la categoría "de bellota" deben criarse en libertad en dehesas específicamente registradas (SIGPAC).
- **Maduración mínima:**
 - **Jamón:** mínimo 24 meses para piezas de peso superior a 7 kg.
 - **Paleta:** mínimo 12 meses.

- **Densidad y alimentación:** Las prácticas ganaderas deben garantizar el bienestar de los animales y preservar el ecosistema.

- **etiquetado y transparencia**

Cada producto debe indicar claramente :

- Pureza racial.
- Tipo de alimentación.
- Origen geográfico (si se trata de un producto con denominación protegida como DOP Jabugo o Guijuelo).
Términos como "**pata negra**" se reservan exclusivamente a los productos 100% ibéricos de bellota.

- **Control y certificación**

Organismos independientes realizan **auditorías periódicas** para comprobar la conformidad de los productos. Los productores deben implantar sistemas de autocontrol para garantizar el cumplimiento de las normas.

Normativa

5.3 Denominaciones de origen protegidas

Las 4 Denominaciones de Origen Protegidas del Jamón Ibérico

El jamón ibérico es uno de los productos más emblemáticos de la gastronomía española. Su elaboración se caracteriza por una artesanía única, y España, reconocida por sus razas de cerdo ibérico y sus magníficas dehesas, se siente orgullosa de la calidad de este producto. Para garantizar esta calidad, se han creado cuatro Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) para el jamón ibérico. Estas certificaciones regulan y garantizan la calidad de los productos ibéricos. Las cuatro principales DOP de jamón ibérico en España son : Dehesa de Extremadura, Jabugo, Guijuelo y Los Pedroches.

- **Jamón Ibérico DOP Dehesa de Extremadura :**

La **DOP Dehesa de Extremadura** es una de las más antiguas y rigurosas de España. Creada en 1990, esta DOP es una garantía de calidad superior para los productos ibéricos elaborados en la región de Extremadura, una zona famosa por su biodiversidad y su naturaleza virgen. Esta región, con más de un millón de hectáreas de dehesas, permite a los cerdos ibéricos vivir en libertad, alimentados principalmente de bellotas y pastos naturales. El clima extremo de la región, con inviernos fríos y veranos muy calurosos, confiere al jamón sus sabores y aromas únicos.

Los productos de esta DOP se someten a estrictos controles durante todo el proceso de producción, desde la cría hasta la maduración. El periodo de maduración oscila entre los 2 años de las paletas y los 3 ó 4 años de los jamones, un proceso largo que produce sabores ricos y complejos. El jamón ibérico Dehesa de Extremadura es uno de los más apreciados por su calidad y sabor característicos.

- **Jamón Ibérico DOP Guijuelo :**

La DOP **Guijuelo**, fundada en 1984, es la más antigua de las DOP de jamón ibérico. Procede de la comarca de Guijuelo, en la provincia de Salamanca, en el corazón de España. Esta región tiene un clima especial, con inviernos fríos y ventosos y veranos suaves. Este clima permite que la grasa se infiltre perfectamente en el jamón, creando una textura entreverada y un sabor suave y fundente. La particularidad de esta región es la elevada altitud de sus dehesas, que permite a los cerdos desarrollarse en condiciones ideales.

Este jamón también tarda más tiempo en madurar, lo que garantiza aromas más finos y una textura delicada. El jamón ibérico de Guijuelo se distingue por su color rojo intenso y el veteado nacarado de su grasa, que se desarrolla como consecuencia del clima de la zona.

- **Jamón Ibérico DOP Jabugo :**

La **DOP Jabugo** es una de las más prestigiosas y reconocidas internacionalmente. Procede de la comarca de Jabugo, en la provincia de Huelva, Andalucía. Lo que hace tan especial a esta región es su tradición secular en la producción de jamón ibérico y las condiciones climáticas ideales para una maduración perfecta. El clima seco y las montañas de la Sierra de Aracena garantizan una perfecta deshidratación del jamón, al tiempo que permiten que una mayor parte de la grasa se filtre en el músculo.

El jamón ibérico de Jabugo es famoso por su calidad superior, que se consigue criando a los cerdos en dehesas alimentadas principalmente con bellotas, lo que confiere al producto un rico sabor. El jamón suele madurar durante unos 4 años, lo que le permite desarrollar aromas profundos y complejos.

- **Jamón Ibérico DOP Los Pedroches :**

La **DOP Los Pedroches** está situada en la región de Córdoba, en el corazón de la Sierra de Los Pedroches. Esta denominación es relativamente reciente, pero se ha convertido rápidamente en sinónimo de calidad. El clima es ideal

para la cría del cerdo ibérico, con inviernos fríos y veranos moderados, así como amplias y verdes dehesas. Los cerdos se alimentan principalmente de bellotas, lo que les proporciona una carne especialmente sabrosa.

El jamón de Los Pedroches se distingue por su sabor suave y delicado, su aroma afrutado y su textura tierna. Este jamón ibérico suele ser apreciado por su equilibrio entre calidad y precio.

- **Conclusión:**

Las **Denominaciones de Origen** (DOP) del jamón ibérico son esenciales para garantizar la autenticidad y la calidad de este producto emblemático. Gracias a estas certificaciones, los consumidores pueden estar seguros de la procedencia y la calidad de los productos que compran. Cada región, con sus propias características geográficas y climáticas, confiere al jamón ibérico una personalidad única, haciendo de cada bocado una experiencia gustativa inolvidable.

Fuente:[\[Productos delencinar\]](#)

Colocación de los jugadores

6.1 Segmentación

Tipo de jugador	Empresas	Volumen de negocios (2022)
Productores industriales	Industrias Cárnicas Loriente Piqueras	1.036 millones
	Campofrio Food Group Sa	1.023 millones de euros
	ElPozo Alimentación	1.662 millones de euros
	Bernardo Hernández Sl	31.124 millones de euros
	Jamones Y Embutidos Jaem Sa	35.546 millones de euros
	Grupo Cesar Nieto Sl	23,664 millones de euros
Productores artesanales	La Jabugueña	/
	Nobleza Ibérica	/
	7 bellotas SL	/
	Jamones Villarroya S.L	/
	Simón Martín Gujuelo Sl	/
	Utrilla Mateo Maria Begoña	/
	Jamones Eíriz	/

Empresas

Cesar Nieto Group Sl

<https://www.cesarnieto.com/>

DUNS:

Volumen de negocios: 23.664 millones € (2022)

Descripción:

César Nieto es una empresa familiar española especializada en la elaboración de jamones y embutidos ibéricos de alta calidad. Fundada en **1895**, se basa en más de cinco generaciones de tradición, combinando la artesanía tradicional con un compromiso con la sostenibilidad. Situada en Guijuelo, comarca famosa por sus productos ibéricos, César Nieto es sinónimo de calidad, autenticidad y respeto a los orígenes.

Orígenes y herencia

- **Fundada en 1895:** Ildefonso Nieto, pionero en la industria del cerdo ibérico, fue uno de los primeros comerciantes de ganado en la región de Guijuelo.
- **Herencia familiar:** Desde hace más de 125 años, la empresa perpetúa la esencia del producto ibérico tradicional con Denominación de Origen Protegida.
- **La Dehesa:** Los cerdos se crían al aire libre en las *dehesas*, donde su alimentación natural a base de bellotas influye directamente en la calidad y sabor únicos de los productos.

Productos

1. Jamones Ibéricos:

- Jamón Ibérico Bellota (100% ibérico, de bellota).
- Jamón Ibérico Cebo.

2. Paletas Ibéricas:

- Bellota y Cebo de Campo.

3. Embutidos:

- Chorizo, salchichón y lomo de Bellota.

4. Productos loncheados:

- Loncheados envasados para mayor comodidad.

5. Regalos:

- Cajas gourmet para ocasiones especiales.

6. Carne ibérica:

- Cortes frescos para la cocina gourmet.

Compromisos clave

1. Calidad y Autenticidad:

- Productos que cumplen con la Denominación de Origen Protegida (DOP) Guijuelo, garantizando el origen y la pureza de la raza ibérica.

2. **Sostenibilidad:**

- Compromiso con estrictas políticas medioambientales para preservar los ecosistemas locales.

3. **Artesanía y Tradición:**

- Un proceso de elaboración que respeta los métodos tradicionales, garantizando una calidad excepcional.

Actualidad y Comunicación

- Participación en ferias gastronómicas para promocionar la cultura ibérica.
- Colaboración con influencers y chefs para promocionar los productos César Nieto.
- Desarrollo de presencia digital con tienda online y comunicación activa en redes sociales.

Estructura y presencia

- **Sede central:** Polígono alimentario 13, 37770 Guijuelo, Salamanca, España.
- **Datos de contacto:**
 - Teléfono: +34 923 58 04 47
 - Correo electrónico: tienda@cesarnieto.com
- **Horario:** De lunes a viernes, de 7:00 a 18:00 horas.

Sostenibilidad y visión

César Nieto apuesta por una producción sostenible, combinando el respeto al medio ambiente, la innovación y la tradición. Su modelo refleja el equilibrio entre las necesidades modernas de los consumidores y la preservación de prácticas ancestrales.

Canales de distribución

- **Tienda online:** Venta directa al consumidor.
- **Redes sociales:** Presencia en Instagram, Facebook, YouTube y LinkedIn.
- **Exportación:** Presencia en mercados internacionales gracias a la calidad de sus productos.

César Nieto encarna la excelencia de los productos ibéricos, combinando el saber hacer familiar milenario con la pasión por los auténticos sabores de Guijuelo. Un referente para los amantes de los jamones y embutidos excepcionales.

Datos:

DUNS:

Montaraz (Jamones Y Embutidos Jaem Sa)

<https://www.montaraz.es/en/home-english/>

DUNS:

Volumen de negocios: 35.546 millones € (2022)

Descripción:

Montaraz es una empresa familiar española especializada en la elaboración de jamones y productos ibéricos de alta calidad. Con cinco generaciones de experiencia, Montaraz es reconocida por su respeto a la tradición, su artesanía y su capacidad para ofrecer productos únicos, 100% naturales, sin aditivos ni conservantes. La empresa destaca por su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la artesanía.

Origen y filosofía

La palabra *Montaraz* evoca la esencia misma de la empresa: un profundo respeto por la naturaleza y el papel de la *dehesa* en el cultivo del cerdo ibérico. Los cerdos se alimentan exclusivamente de bellotas de las encinas, bajo la supervisión del **Montaraz**, guardián de las tradiciones y protector de las dehesas.

Proceso de producción

1. Cerdos ibéricos:

- criados al aire libre en la *Dehesa*, un ecosistema único en Extremadura y Salamanca.
- Alimentados de forma natural, lo que garantiza una carne de calidad excepcional.

2. Sal y Tiempo:

- Los únicos ingredientes que se añaden a la carne son la sal marina y el tiempo, respetando un método de maduración lento para preservar los sabores auténticos.

3. Dos lugares de refinamiento:

- **Salamanca:** Refinado en un clima suave para jamones delicados y sutiles.
- **Extremadura:** Refinado en un clima cálido para productos más intensos y complejos.

Productos

Montaraz ofrece una amplia gama de productos, entre los que destacan

• Jamones Ibéricos:

- Jamón de Bellota 100% Ibérico "Pata Negra".
- Paletas de Bellota.

• Embutidos ibéricos:

- Lomo, chorizo, salchichón.

• Productos loncheados:

- Loncheados a máquina o a cuchillo para un envasado perfecto.

• ediciones ecológicas:

- Productos garantizados sin conservantes procedentes de cerdos criados según prácticas sostenibles.

Compromisos clave

1. **Artesanía y Tradición:** Mantenimiento de las técnicas transmitidas a lo largo de cinco generaciones.
2. **Sostenibilidad:** Preservación de la *Dehesa*, hábitat esencial del cerdo ibérico y ecosistema único.

3. **Calidad Global:** Montaraz está presente en las mesas de los restaurantes con estrella Michelin y en las charcuterías de las principales capitales del mundo.

Presencia internacional

- Exportaciones a Europa, Asia, América y Oriente Medio.
- Dos secaderos naturales en Estados Unidos, en Salamanca y Extremadura, homologados por el USDA.
- Oficinas y almacenes en Nueva York y Miami para apoyar la distribución internacional.

Herencia y reputación

Montaraz ha sido aclamado por prestigiosas publicaciones como *Forbes* y *Expansión*, y sigue siendo embajador mundial de la gastronomía ibérica. Su jamón ha sido premiado por su excepcional calidad, y es apreciado por chefs y gourmets de todo el mundo.

Datos:

DUNS:

Empresas

Beher (Bernardo Hernandez SL)

https://beher.com/?srsltid=AfmBOoqGRLe964D5Mq_XoLYslul98XDZ1m1g68O15ZBZ3r05xg-aXnlM

DUNS:

Volumen de negocios: 31.124 millones € (2022)

Descripción:

BEHER, acrónimo de Bernardo Hernández, es una empresa española reconocida por la elaboración de jamones y embutidos 100% ibéricos. Con sede en Guijuelo, Salamanca, esta empresa familiar, con cuatro generaciones de experiencia, es símbolo de tradición y excelencia en productos ibéricos. BEHER controla todo el proceso productivo, desde la cría hasta la comercialización, garantizando unos de los más altos estándares de calidad del mercado.

Características principales :

- **Producto emblemático:** Jamones ibéricos "Pata Negra" reconocidos por su pureza genética y calidad superior.
- **Gama ecológica:** Productos elaborados sin conservantes, mediante procesos lentos de maduración a bajas temperaturas.
- **Reconocimiento internacional:** BEHER recibe regularmente premios en ferias gastronómicas por la excelencia de sus productos.
- **Enfoque sostenible:** La empresa está comprometida con las prácticas respetuosas con el medio ambiente y promueve la agricultura sostenible.

Historia :

- **Orígenes familiares:** Fundada en Guijuelo, cuna de la charcutería ibérica, BEHER nace de la pasión y el saber hacer de la familia Hernández.
- **Internacionalización:** Gracias a su excelencia, BEHER ha expandido su presencia por todo el mundo, participando en ferias como el **Salón Gourmet**.
- **Apoyo europeo:** BEHER ha recibido financiación del Instituto para la Competitividad de Castilla y León (ICE) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) para su expansión internacional.

Productos :

1. Jamones 100% ibéricos:

- Jamón de Bellota Oro "Pata Negra".
- Jamón Bernardo Selección.
- Paletas ibéricas procedentes de cerdos alimentados exclusivamente con bellotas.

2. Embutidos ibéricos:

- Lomo de Bellota.
- Chorizo Cular y Salchichón de Bellota.
- Panceta ibérica madurada.

3. **Productos ecológicos:**

- elaborados con ingredientes naturales, sin aditivos químicos.

4. **Servicios de corte:**

- Corte en finas lonchas, a máquina o a cuchillo, para envases de 100g.

Características principales :

1. **Ciclo de producción 360°:** BEHER asegura un control total, desde la cría de los cerdos ibéricos en un entorno natural hasta la distribución de los productos.
2. **Pureza genética:** Todos nuestros productos proceden de cerdos 100% ibéricos, un criterio de calidad esencial.
3. **Reconocimiento cultural:** El jamón cocido 100% ibérico de BEHER es famoso, habiendo sido apreciado, entre otros, por el Papa Francisco.

Compromiso y Sostenibilidad :

- **Proceso artesanal:** Maduración lenta y natural para preservar las cualidades organolépticas.
- **Responsabilidad social:** Apoyo a la economía local y a las tradiciones rurales de la región de Salamanca.
- **Expansión sostenible:** BEHER invierte en la distribución de sus productos respetando las normas ecológicas.

Premios :

- Numerosos premios a sus jamones en ferias internacionales.
- Participación en grandes eventos gastronómicos como el **Salón Gourmet**.

Datos:

DUNS:

ElPozo Alimentación

<https://www.elpozo.com/>

DUNS:

Volumen de negocios: 1.662 mil millones € (2022)

Descripción:

Descripción general

ElPozo Alimentación es una de las marcas españolas preferidas por los hogares, con presencia en 80 países. Fundada hace más de 70 años, la compañía es pionera en alimentación saludable, especializada en carnes frescas y productos elaborados. Su filosofía se basa en la mejora continua, apoyada en la inversión en investigación y desarrollo para crear alimentos equilibrados, nutritivos y prácticos, a la vez que ofrecen placer y bienestar.

Compromisos clave

1. **Sin gluten:** Todos los productos ElPozo están garantizados sin gluten, certificados por la Federación de Asociaciones de Celíacos de España, y son aptos para celíacos.
2. **Modelo de Integración Circular (MIC):** ElPozo controla toda la cadena de producción, desde la elección de las materias primas hasta la entrega, garantizando una trazabilidad total y una calidad óptima.
3. **Innovación e I+D:** Inversión constante en investigación para desarrollar productos que respondan a las necesidades del consumidor actual.

Historia

- **1954:** Fundación de la empresa en Alhama de Murcia, España.
- **Década de 2000:** Expansión internacional, con productos vendidos en más de 80 países.
- **Hoy:** Reconocida por sus altos estándares de calidad y seguridad alimentaria, ElPozo es un actor clave en el sector agroalimentario.

Productos y marcas

ElPozo ofrece una amplia gama de productos:

- **Carne fresca:** cerdo, pavo, pollo, ternera.
- **Productos elaborados:** Jamones cocidos, chorizo, salchichas, mortadela.
- **Productos Premium:** Bajo la marca **Legado Ibérico**, incluyendo jamones ibéricos de alta calidad.
- **Gama ExtraTiernos:** Carnes tiernas y sabrosas.
- **Recetas vegetarianas y alternativas:** En línea con las nuevas tendencias alimentarias.

Compromiso con la sostenibilidad y la RSE

- **Responsabilidad social:** Apoyo a iniciativas solidarias como la campaña "Generación Silenciada" contra la discriminación por edad.

- **Medio ambiente:** Aplicación de estrictas políticas medioambientales para minimizar el impacto ecológico.
- **Comunidad:** Contribución activa a las comunidades locales, incluida la colaboración con organizaciones culturales y deportivas.

Éxitos recientes

- **Patrocinio:** Legado Ibérico, la marca premium de ElPozo, es patrocinador oficial de **Los Premios Feroz 2025**, consolidando su posición como marca premium.
- **Embajadores:** Colaboración con personalidades como el autor de best-sellers Javier Castillo para reforzar la imagen de la marca.

Recetas e inspiración

ElPozo ofrece ideas de recetas creativas para cada momento del día, como :

- Costillar ExtraTierno con salsa barbacoa.
- Bocadillo de solomillo de cerdo adobado.
- Arroz con Jamón ExtraTierno.

Datos:

DUNS:

Campofrio Food Group Sa

<https://www.campofrio.es/>

DUNS:

Volumen de negocios: 1.023 mil millones € (2022)

Descripción:

Descripción general

Campofrio es una de las empresas de alimentación más emblemáticas de España, especializada en la producción y comercialización de embutidos, jamones, platos preparados, pizzas, snacks y productos vegetarianos. Fundada en 1952, la compañía se ha consolidado como uno de los principales actores del mercado español e internacional gracias a su constante innovación y compromiso con la sostenibilidad.

Visión y Misión

Campofrio encarna la filosofía de "saber disfrutar" ofreciendo una variada gama de productos adecuados para cada ocasión, desde desayunos familiares hasta cenas con amigos. Su misión es combinar el placer de la degustación con el bienestar a través de una dieta equilibrada.

Historia

- **1952:** Fundación en Burgos, España. Campofrio comienza elaborando embutidos tradicionales.
- **Década de 2000:** La empresa se internacionaliza y amplía su gama de productos.
- **2014:** Campofrio entra a formar parte del grupo Sigma Alimentos, líder mundial en el sector agroalimentario.
- **Hoy:** Campofrio sigue creciendo, combinando tradición e innovación, con una fuerte apuesta por la sostenibilidad.

Productos

Campofrio ofrece una completa gama de productos bajo varias marcas:

1. **Campofrio:** Embutidos y jamones clásicos.
2. **Pavofrio:** Productos ligeros a base de pavo.
3. **Cuida-T+:** Una gama enfocada al bienestar y la salud.
4. **Finissimas:** lonchas finas para un sabor refinado.
5. **Vegalia:** Alternativas vegetarianas.
6. **Snack'IN:** Snacks prácticos para todas las ocasiones.
7. **Pizza & Salsa:** Pizzas para comidas rápidas y gourmet.

Compromiso con la sostenibilidad

Campofrio sitúa la sostenibilidad en el centro de su modelo de crecimiento. Entre sus principales iniciativas destacan :

- **Respeto al medio ambiente:** Reducción de la huella de carbono y gestión responsable de los recursos.

- **Responsabilidad social:** Compromiso con las comunidades locales y creación de un entorno de trabajo inclusivo.
- **Innovación sostenible:** Desarrollo de productos que satisfagan las necesidades nutricionales modernas respetando las prácticas éticas.

Innovación

La innovación es un motor clave para Campofrío, que desarrolla constantemente nuevos productos adaptados a las necesidades de los consumidores:

- Desarrollo de recetas vegetarianas con la gama **Vegalia**.
- Mejoras nutricionales en productos tradicionales.
- Aplicación de las últimas tecnologías para garantizar la calidad y seguridad alimentaria.

Instalaciones e impacto

- **Modernos centros de producción:** ubicados en varias regiones de España.
- **Pertenencia al grupo Sigma Alimentos:** Refuerzo de su presencia global.
- **Impacto económico:** Creación de empleo y colaboración con socios locales.

Datos:

DUNS:

Incarlopsa (Industrias Carnicas Loriente Piqueras)

<https://incarlopsa.es/>

DUNS:

Volumen de negocios: 1.036 mil millones (2022)

Descripción:

Descripción General:

Incarlopsa (Industrias Cárnicas Loriente Piqueras S.A.) es una empresa española líder en la elaboración de productos derivados del cerdo, incluyendo carnes frescas, productos ibéricos y jamones curados. Fundada hace más de 40 años por la familia Loriente Piqueras, la empresa destaca por su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Es uno de los principales proveedores de Mercadona, el gigante español de supermercados.

Historia:

Fundada en la década de 1980, Incarlopsa nació de la pasión y la experiencia de la familia Loriente Piqueras por los productos cárnicos porcinos de calidad. Desde sus modestos comienzos, la empresa ha invertido en tecnología punta y ha ampliado su capacidad a 11 plantas de producción. Hoy, Incarlopsa es reconocida internacionalmente por sus altos estándares de trazabilidad, bienestar animal y sostenibilidad.

Pilares estratégicos :

- **Empresa Familiar:** La compañía se mantiene fiel a sus raíces familiares, centrandose en satisfacer a las familias españolas a través de alimentos de calidad.
- **Innovación y Tecnología:** Incarlopsa invierte continuamente en innovación y seguridad, utilizando equipos de última generación para garantizar la calidad y trazabilidad de sus productos.
- **Bienestar Animal:** La compañía aplica estrictas normas de bienestar animal, certificadas por el sello Welfare Quality, y apuesta por la alimentación natural de sus animales.
- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Incarlopsa se compromete a generar valor para la sociedad mediante la creación de puestos de trabajo sostenibles, el respeto al medio ambiente y el apoyo a las comunidades rurales.

Productos y marcas :

Incarlopsa ofrece una amplia gama de productos bajo diferentes marcas:

- **Incarlopsa:** Marca principal de productos porcinos.
- **SierraMon y Felix Murtiga:** Especializadas en jamones curados y productos tradicionales.
- **NOIR y Terra Dómine:** Gamas Premium.
- **Herencia Noble:** Productos ibéricos de alta gama.

Compromiso con la sostenibilidad:

En su Memoria de Sostenibilidad 2023, Incarlopsa destaca iniciativas dirigidas a reducir la huella ambiental, como la mejora de los procesos energéticos, la gestión responsable de los recursos y el apoyo a las comunidades locales.

Instalaciones:

Con 11 plantas de producción, Incarlopsa combina la experiencia tradicional con la innovación tecnológica para garantizar altos estándares en cada etapa de la producción.

Datos:

DUNS:

Empresas

La Maison du Jambon de Bayonne



<https://www.maison-du-jambon-de-bayonne.com/>

DUNS: 434702478

Volumen de negocios: n/a

Descripción:

La Maison du Jambon de Bayonne es una tienda gourmet situada en Arzacq, en el corazón de la cuenca del Adour.

Inaugurada en enero de 2001, su gama de productos excepcionales se basa en un saber hacer tradicional reconocido. Ofrecen una gran variedad de charcutería fina, incluido su famoso jamón de Bayona, embutidos secos y cocidos, cortes y platos preparados.

40 empleados

Datos:

DUNS: **434702478**

Empresas

Grandi Salumifici Italiani

Grandi Salumifici Italiani®

<https://www.grandisalumificiitaliani.it/>

DUNS: NA

Volumen de negocios: 706 millones (2021)

Datos:

DUNS: NA

Empresas

GESCO - Amadori



<https://www.amadori.it/contatti>

DUNS: NA

Volumen de negocios: 2.2 mil millones € (2022)

Datos:

DUNS: NA

Fleury Michon



<https://www.fleurymichon.fr/>

DUNS: 572058329

Volumen de negocios: 836.2 millones € (2023)

Descripción:

Fleury Michon está especializada en la transformación de canales de cerdo en preparados de charcutería y otros productos agroalimentarios. El grupo realiza el 84,8% de sus ventas en los supermercados de autoservicio franceses.

También está trabajando en el reposicionamiento de su gama con la charcutería Manger Mieux (ecológica, J'aime, con contenido reducido en sal, etc.). Fleury Michon también ha lanzado su gama vegetariana con este objetivo.

La empresa cotiza en bolsa desde el año 2000 y es propiedad de la Société Holding de Contrôle et de Participations (46%) y de la familia Gonnord (12%). Desde 2012, la empresa produce jamones de primera calidad en su nueva planta de producción. Prosigue su estrategia de expansión internacional con la adquisición de la empresa italiana Fesco en 2011.

Fuentes externas y noticias:

E [Fleury Michon, el rey del jamón, apuesta por las plantas con lonchas de verdura](#) 28/03/2024

- - Ventas de Fleury Michon: 795 millones de euros.
- - Productos ofrecidos: tres productos a base de legumbres (lentejas coralinas, garbanzos y judías blancas)
- - Mercado objetivo: el 50% de los consumidores franceses se declaran flexitarianos.
- - Descenso anual del mercado del jamón de cerdo: del 2% al 3% en volumen desde 2015
- - Estimación del mercado de productos delicatessen de origen vegetal en los supermercados: cerca de 150 millones de euros, con un aumento de alrededor del 3% en volumen.
- cuota de Fleury Michon en el mercado sin nitritos: 62 % de sus ventas.

E [Fleury Michon mantiene sus volúmenes a pesar de la inflación | Fleury Michon sigue siendo competitivo](#) 14/04/2023

- Grupo familiar
- Ventas de Fleury Michon en 2022: 795 millones de euros (+12,6%).
- Crecimiento en restauración a bordo: +67,5
- Crecimiento en el reparto de comidas a empresas: +58%.
- 85% de las ventas de Fleury Michon en supermercados.
- Crecimiento de las ventas en supermercados: +7,5%.
- Aumento de precios introducido en julio: 4% en todo el año.
- Aumento de los costes de materias primas y envasado: 20%.
- Beneficio neto de la empresa en 2022: 2,4 millones de euros (frente a 4 millones de euros el año anterior).
- Cierre de la planta de Plélan-le-Grand en Bretaña a finales de abril, que empleaba a 101 personas.
- Las gamas de charcutería sin nitritos representan el 33% de las ventas en valor.

Datos:DUNS: **572058329**Nombre legal: **FLEURY MICHON**Ubicacion: **RTE DE LA GARE , 85700 POUZAUGES**Numero de Empleados: **Entre 200 et 249 salariés (2019)**Capital: **13 382 659**

Datos financieros:

Año	Volumen de negocio	Beneficio neto	Fin del año fiscal	Duración del año fiscal
2020	39 783 084 EUR	-56 260 072 EUR	31/12/2020	12
2019	38 323 270 EUR	-19 491 443 EUR	31/12/2019	12
2018	38 385 246 EUR	16 335 539 EUR	31/12/2018	12
2017	45 542 553 EUR	19 588 251 EUR	31/12/2017	12
2016	41 947 923 EUR	20 370 045 EUR	31/12/2016	12
2015	39 632 425 EUR	26 817 385 EUR	31/12/2015	12

Directores de empresa:

Puesto de trabajo	Nombre	Apellido	Edad	Perfil en LinkedIn
Président du conseil d'administration	Grégoire François Philippe	Gonnord	60	
Directeur général	Bechara	SALHA	55	

Empresas

Herta



<https://www.herta.fr>

DUNS: 311043194

Volumen de negocios: 750 millones € (2023)

Descripción:

Herta se fundó en 1897 y fabrica y vende a supermercados productos alimenticios como salchichas Knackis, hojaldre y masa quebrada, jamones, etc.

Herta es una empresa conjunta propiedad en un 40% de Nestlé (Suiza) y en un 60% de Casa Tarradellas (España). Originalmente era una marca propiedad de Nestlé hasta que la división fue vendida en diciembre de 2019.

Fuentes externas y noticias:

 [Herta ha invertido 1,2 millones de euros en mejorar su planta de Lozanne](#) 08/06/2022

- Herta recibirá 1,2 millones de euros para renovar su plataforma logística de Lozanne
- El centro funciona desde 2004
- La plataforma logística de Lozanne cuenta con 66 empleados
- El centro distribuye 41.000 toneladas de productos al año
- En los últimos diez años, la actividad ha crecido un 30%.
- Según Herta, la instalación de torres adiabáticas debería reducir el consumo de agua en 4.000 M3

Datos:

DUNS: **311043194**

Nombre legal: **HERTA**

Ubicación: **16 BD MONT D EST IMMEUBLE MAILLE NORD 4, 93160 NOISY-LE-GRAND**

Numero de Empleados: **Entre 1 000 et 1 999 salariés (2018)**

Capital: **12 908 610 EUR**

Directores de empresa:

Puesto de trabajo	Nombre	Apellido	Edad	Perfil en LinkedIn
Directeur général	Arnaud Hubert Marie Joseph	DE BELLOY DE SAINT LIENARD	68	

Auchan groupe



<https://www.auchan.fr/>

DUNS: 831888318

Volumen de negocios: 32.9 mil millones € (2023)

Descripción:

Auchan es un grupo de gran distribución propiedad de la familia Mulliez desde su fundación en 1961. El grupo está presente en 14 países de todo el mundo.

12 de enero de 2021 - Alexandre Mulliez es nombrado Vicepresidente de Auchan Francia - fuente([Les Echos](#))

- Es nieto del fundador del grupo, Gérard Mulliez.
- Es licenciado por la EM Lyon
- Ha creado 4 start-ups

12 de enero de 2021 - Auchan modifica su gobernanza - fuente([Les Echos](#))

- El grupo opta por un sistema más descentralizado. A partir de ahora, habrá un presidente y un vicepresidente por cada país en el que opere el grupo, que trabajarán junto al director general
- Auchan ha vendido varias filiales por un total de 3.250 millones de euros. La filial italiana se vendió pagando 1.000 millones de euros al comprador

11 de enero de 2021 - Auchan Rusia en dificultades - fuente([Les Echos](#))

- Las pérdidas ascienden a 50 millones de euros

Fuentes externas y noticias:

[Auchan tuvo otro año "difícil" en 2023](#) 22/02/2024

- -Pérdida neta de Auchan en 2023: 379 millones de euros
- - Beneficio del año anterior: 33 millones de euros
- - Posición de Auchan en el sector minorista francés: 5ª posición
- - Cifra de negocio en 2023: descenso del 1,7%, hasta 32.900 millones de euros
- - Cuota de hipermercados en la red de tiendas Auchan: 21
- - Adquisición de tiendas Casino por Auchan e Intermarché: 70 supermercados, 26 hipermercados, de los cuales cinco de más de 9.000 m2, y dos drives

[Auchan: Nuevos comienzos](#) 06/12/2023

- Auchan fue fundada por Gérard Mulliez en 1961.
- Los hipermercados Auchan representan el 80% de las ventas de la empresa.
- La cuota de mercado de Auchan ha pasado de más del 10% hace cinco años al 8,4% en la actualidad.
- Intento fallido de la familia Mulliez de hacerse con el control de Carrefour en octubre de 2021.
- Auchan e Intermarché buscan formar una alianza de compra de productos, lo que les daría una cuota de mercado combinada del 30%.
- Auchan e Intermarché intentan repartirse los cerca de 300 hipermercados y supermercados que debe vender Casino.

[Auchan abre su primera tienda sin cajeros](#) 29/09/2021

- La cadena detalla su plan de implantación de tiendas Auchan Go en todo el país
- Según informa Libre Service, la primera tienda de 38 metros cuadrados en el norte de Francia está abierta las 24 horas del día y ofrece unos 500 productos a sus clientes
- Todos los productos se pesan y se pagan automáticamente a través de una aplicación móvil para evitar colas

Datos:

DUNS: **831888318**

Nombre legal: **AUCHAN RETAIL SERVICES**

Ubicación: **200 RUE DE LA RECHERCHE , 59491 VILLENEUVE-D'ASCQ**

Numero de Empleados: **0 salaríé (2024)**

Capital: **10 000 000 EUR**

Datos financieros:

Año	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Ingresos	491 044 896	505 425 939	529 644 662	468 151 626	323 615 291	30 743
Margen bruto (€)	549 200 764	551 584 691	564 510 890	488 948 461	359 334 299	30 743
EBITDA (€)	41 523 509	37 590 472	30 012 138	22 381 036	679 998	-3 914
Beneficio operativo (€)	10 815 268	994 117	-3 094 776	852 444	-3 615 453	-3 914
Margen neto (%)	7 369 522	-976 699	-3 938 196	-1 589 446	-2 782 752	-3 914 000
Tasa de crecimiento de la facturación (%)	-2,8	-4,6	13,1	44,7	1 052 547,1	-
Tasa de margen EBITDA (%)	8,5	7,4	5,7	4,8	0,2	-12,7
Tasa de margen operativo (%)	2,2	0,2	-0,6	0,2	-1,1	-12,7
BFR (días de facturación)	-31,9	-72,5	-62	-65,3	-81,9	-2 164,3
Explotación de BFR (días de facturación)	-41,1	-69,7	-23	-37,7	298,7	372,6
company.net_margin	1,5	-0,2	-0,7	-0,3	-0,9	-12,7
Valor / facturación agregada (%)	39,4	38,9	48,6	50,2	39,5	-12,7
Salarios y cargos sociales (€)	159 703 621	153 464 802	220 059 422	178 784 301	123 971 029	-
Salarios / facturación (%)	32,5	30,4	41,5	38,2	38,3	-

<https://www.mercadona.pt/pt/iniciacao>

DUNS: CIF A46103834

Volumen de negocios: 27.82 mil millones € (2022)

Descripción:

Mercadona es una empresa española que opera en el sector de la gran distribución. Su sede central se encuentra en el municipio de Tabernes Blanques, en la provincia de Valencia. En 2020, la empresa contaba con 1.654 supermercados, de los cuales 1.637 en España (con presencia en las 52 provincias, más Ceuta y Melilla) y 14 en Portugal.

Dirigida por Juan Roig desde 1981, la empresa familiar, que apenas contaba con 8 tiendas de alimentación cuando fue adquirida por Juan Roig y su familia, es hoy líder del mercado en España. Las recetas del éxito de la marca son las siguientes:

- Empleados mejor formados, orientados a resultados y con una amplia gama de beneficios. Las ventas por empleado son casi un 20% superiores a las de las cadenas españolas de la competencia.
- El objetivo de ofrecer la mejor relación calidad-precio posible, con un fuerte desarrollo de su marca blanca, algunos de cuyos productos se han convertido en auténticos superventas.

Nota: Mercadona también es conocida por ser la primera empresa en lanzar una gama de productos sin gluten. [\[Les Echos\]](#)

La empresa familiar fue adquirida en 1981 por Juan Roig, su esposa y sus hermanos. Juan Roig y su mujer se convirtieron en los principales accionistas en 1990. [\[Les Echos\]](#)

Fuentes externas y noticias:

	2017	2018	Comentarios
Número de tiendas	1627	1636	29 aperturas y 20 cierres durante el año
Millones de euros en ventas (IVA incluido)	22 915	24 305	5% en términos comparables
Participación en beneficios	840	1 213	
- De los cuales, empleados (bonificación por objetivos)	313	325	4%
- De los cuales, impuestos	205	295	43%
- Beneficio neto	322	593	84%
Compras en España (en millones de euros)	17 533	18 640	6%
Inversiones	1 008	1 504	50%
Personal	84 000	85 800	1800 puestos fijos

Datos:

DUNS: **CIF A46103834**

Ubicacion: **C/valencia, N 5 46016 - (Tavernes Blanques) - Valencia/valència**

Numero de Empleados: **85800 ()**

7 bellotas

<https://7bellotas.com/en/>

DUNS:

Volumen de negocios: n/a

Descripción:

7 Bellotas es una empresa española con sede en Salamanca, especializada en la elaboración artesanal de jamones ibéricos de alta calidad. La empresa destaca por su compromiso con la tradición, la sostenibilidad y la artesanía. Sus productos, elaborados a partir de cerdos ibéricos de bellota (*bellotas*), encarnan la excelencia de la gastronomía española, con un sabor y una calidad incomparables.

Orígenes y filosofía

- **Patrimonio artesanal:** 7 Bellotas utiliza métodos de producción tradicionales para garantizar un sabor auténtico y una calidad excepcional.
- **Ubicación:** Los cerdos se crían en libertad en la región de Salamanca, en un entorno natural ideal para su desarrollo.
- **Alimentación natural:** Los cerdos se alimentan exclusivamente de bellotas y hierbas, lo que confiere a los jamones un alto contenido en ácidos grasos insaturados, similares a los del aceite de oliva.

Características principales

1. Calidad excepcional:

- Elaborado a partir de cerdos 100% ibéricos o cruzados (50%), según estrictas normas.
- Curación larga y natural, utilizando únicamente sal marina para preservar la pureza del sabor.

2. Artesanía sostenible:

- Compromiso con el medio ambiente a través de prácticas respetuosas con la naturaleza.
- Sin conservantes ni aditivos químicos en los productos.

3. Sabores únicos:

- Los productos son famosos por su sabor refinado y sus delicados aromas, apreciados en todo el mundo.

Productos

1. Jamones Ibéricos:

- **100% Ibérico de Bellota:** El tope de gama, con una curación de 36 a 64 meses.
- **50% Ibérico de Bellota:** Equilibrio entre tradición y accesibilidad.

2. Paletas:

- 100% Paleta Bellota y 50% Ibérico.

3. Embutidos ibéricos:

- Chorizo, salchichón, lomo de Bellota.

4. **Productos loncheados:**

- Disponibles envasados al vacío para su óptima conservación.

5. **Accesorios:**

- Soportes giratorios y cuchillos cortadores para una experiencia gastronómica completa.

Compromisos clave

1. **Salud y bienestar:**

- Los jamones son ricos en ácidos grasos insaturados, ideales para una dieta equilibrada.

2. **Apoyo a la artesanía local:**

- La empresa valora las tradiciones rurales y apoya la economía local.

3. **Servicio de calidad al cliente:**

- Entrega internacional y asistencia dedicada para satisfacer las expectativas de los consumidores.

Premios y reconocimientos

- Apreciada por sus productos en tiendas gourmet y por chefs con estrellas Michelin.
- Alta valoración de los clientes (4,8/5) según los comentarios de las tiendas en línea.

Presencia internacional

Los productos de 7 Bellotas están disponibles en todo el mundo a través de su tienda online. La empresa envía sus jamones y embutidos ibéricos en envases optimizados para garantizar su frescura y calidad.

Datos:

DUNS:

La Jabugueña

<https://www.lajabugueña.com/>

DUNS:

Volumen de negocios: n/a

Descripción:

La Jabugueña es una empresa española reconocida por producir jamones de bellota 100% ibéricos naturales de una calidad excepcional. Fundada **hace** más de **50 años**, La Jabugueña se distingue por el control total de la cadena de producción, desde la cría hasta la distribución, siguiendo una filosofía sostenible y artesanal.

Orígenes y compromisos

- **Herencia artesana:** Desde sus inicios, La Jabugueña ha mantenido los métodos tradicionales de elaboración del jamón ibérico en la comarca de Jabugo, reconocida mundialmente por su clima idóneo para la maduración.
- **Ubicación:** Los cerdos se crían en libertad en el **Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Huelva)**, beneficiándose de un ecosistema único donde su alimentación natural, a base de bellotas, enriquece la calidad de la carne.
- **Compromiso sostenible:** La Jabugueña invierte en prácticas sostenibles, incluyendo la instalación de paneles fotovoltaicos para reducir su huella ecológica.

Características principales

1. Control total de la producción:

- cría en libertad.
- Proceso artesanal que incluye sacrificio, curación, maduración y adobo en las propias instalaciones de Jabugo.

2. Productos 100% naturales:

- Sin aditivos químicos ni conservantes.
- Gama **Clean Label**, apta para consumidores que buscan productos sin alérgenos.

3. Salud y nutrición:

- Rico en **vitamina E** y ácidos grasos similares a los del aceite de oliva, lo que lo hace adecuado para una dieta saludable, especialmente para controlar el colesterol.

Productos

• Jamones Ibéricos:

- Jamón de Bellota 100% Ibérico.
- Gama Nature, 100% natural.

• Paletas:

- Paleta de Bellota 100% Ibérica.

- **Embutidos:**

- Subproductos como el lomo y el chorizo.

- **Innovación:**

- Nuevos productos en línea con la tendencia "Clean Label".

Premios

- **15 medallas** en el Concurso Internacional de Calidad IFFA (Frankfurt) en 2022.
- **Medalla de oro al mérito empresarial** en 2019, otorgada por la Diputación de Huelva.

Apoyo a la comunidad

- **Deporte:** Desde sus inicios, La Jabugueña ha apoyado a deportistas, entre ellos **José Antonio Escuredo**, medallista olímpico de ciclismo en Atenas.
- **Sensibilización:** Promueve el valor nutricional del jamón ibérico, destacando sus beneficios para la salud y su papel en una dieta equilibrada.

Compromiso medioambiental

- Beneficiario del **Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural** por sus iniciativas de sostenibilidad.
- Instalación de paneles solares para fomentar el autoconsumo y reducir las emisiones de carbono.

Datos de contacto

- **Sede social:** Los Romeros de Jabugo, S.L., Polígono Alimentario 13, 37770 Guijuelo (Salamanca), España.
- Datos de **contacto:**
 - Teléfono: +34 923 58 04 47
 - Correo electrónico: tienda@cesarnieto.com
- **Horario de apertura:** de lunes a viernes, de 7.00 a 18.00 h.

La Jabugueña encarna la excelencia artesanal y el compromiso sostenible, al tiempo que promueve la tradición española del jamón ibérico. Es un actor clave en la preservación de los ecosistemas y la promoción de un producto gastronómico único.

Datos:

DUNS:



Businesscoot

Estudios e información del sector

PARIS (headquarters)

60 rue de la Jonquière
75017, Paris, France

aymar@businesscoot.com