



***EVOLUCION DEL CONSUMO DE JAMON
IBERICO EN HOGARES: SEPTIEMBRE 2011***

Resumen Ejecutivo:

El período de mayor consumo de jamón ibérico es a final de año. Este consumo estacional está reflejado principalmente en el mes de Diciembre, pero cuando se analizan los datos observamos que los meses de Noviembre y Enero reflejan también en gran medida este consumo estacional. Por tanto, para captar mejor la estacionalidad del consumo es conveniente agrupar los datos mensuales en dos períodos, uno desde Febrero hasta Octubre (F-O) y otro de Noviembre, Diciembre y Enero del siguiente año (NDE). Con esta agrupación de datos mensuales hemos construido el gráfico 7, donde se aprecia que el consumo no estacional (F-O) se ha incrementado a lo largo de los tres últimos años, con un salto considerable de 2008 a 2009 y más suave de 2009 a 2010. Por otra parte, el consumo estacional (NDE), después de subir un **16%** de 2008 a 2009 disminuyó un **6,6%** en 2010.

El gráfico 8 muestra el consumo no estacional sumando los datos desde Febrero hasta Septiembre de cada año, observándose que **en lo que llevamos de 2011 hay una ligera recuperación respecto a 2010 (9.611,29 tn frente a 9.540,30) y se está muy cerca de la cifra del año 2009 (9.641,71).**

Una forma de estudiar las tendencias globales en el consumo es a través de la tasa anual móvil, que especifica para cada mes, el consumo acumulado del año que termina en ese mes. Por ejemplo, el dato correspondiente para Abril de 2010 recoge el consumo desde Mayo de 2009 hasta Abril de 2010. En el gráfico 9 vemos que el mayor consumo anual de jamón se alcanza en Noviembre de 2010 con 22.362,69 miles de kg, mientras que el dato menor corresponde a Febrero de 2009 con 18.808,98 miles de kg. **En Septiembre de 2011 el consumo anual es de 21.100,92 tn**, muy similar al dato con el que se concluyó 2010 (Diciembre de 2010) que fue de 21.072,85 tn.

En lo que respecta al valor, Diciembre de 2008 registró 449,76 millones de euros, para alcanzar el punto más alto en Noviembre de 2010 con 455,18 millones y caer desde entonces a **419,15 millones en Septiembre de 2011**, tras tener el valor mínimo Julio. En cuanto al valor medio de la producción (precio medio), **el dato más relevante es el descenso del precio medio del jamón entero en lo que llevamos de 2011 hasta los 14,54 € (Gráfico 6).**

Los canales de distribución se han agrupado según los cinco grupos que explicamos en una entrega anterior, aunque ahora hemos sumado a Carnicerías/charcuterías los ultramarinos y otras tiendas tradicionales. Así nos quedarían **Hipermercados, Supermercados, Tradicional** (que incluye carnicerías/charcuterías, ultramarinos y tiendas tradicionales) **Específicos** (lo que antes se llamaba Resto y que incluye canales con gran importancia como en el ibérico como regalos, tiendas gourmet y compra directa al productor) y **Otros** (donde se agrupan los canales minoritarios). Se presentan varios gráficos donde vemos que **el consumo de jamón total no ha dejado de crecer en los supermercados pero estabilizándose ya en 2011**, en los hipermercados crece mucho más suavemente mientras que para los canales tradicional y específico se aprecia una caída desde los primeros meses de 2010 hasta final de ese año, **aunque en el canal tradicional se aprecia también un repunte en los primeros meses del año 2011.**

Finalmente, el gráfico 22 nos muestra la evolución, en términos anuales móviles, del **gasto total de los hogares en los derivados del cerdo ibérico**, hasta Agosto de 2011. El nivel más alto de gasto se alcanza en Julio de 2010 con 862,80 millones de euros. Después de partir de un nivel de 828,37 millones en diciembre de 2008 **el nivel actual es de 766,65 millones, habiéndose perdido casi 100 millones desde el máximo de Julio de 2010.**

Evolución del consumo de jamón en el año 2011.

En el gráfico 1 podemos apreciar la tendencia del consumo en los tres trimestres de 2011 de los que disponemos datos. Sigue una tendencia similar a los años 2008 y 2010, con un mayor nivel de consumo en el primer trimestre. En el año 2009, el de mayor nivel anual de consumo de los registrados hasta ahora, la tendencia fue la contraria, con un mayor nivel de consumo en el segundo trimestre. Los consumos que aparecen reflejados numéricamente corresponden a los tres trimestres de 2011. En el gráfico 2 se agrupan los mismos datos por trimestres.

Gráfico 1

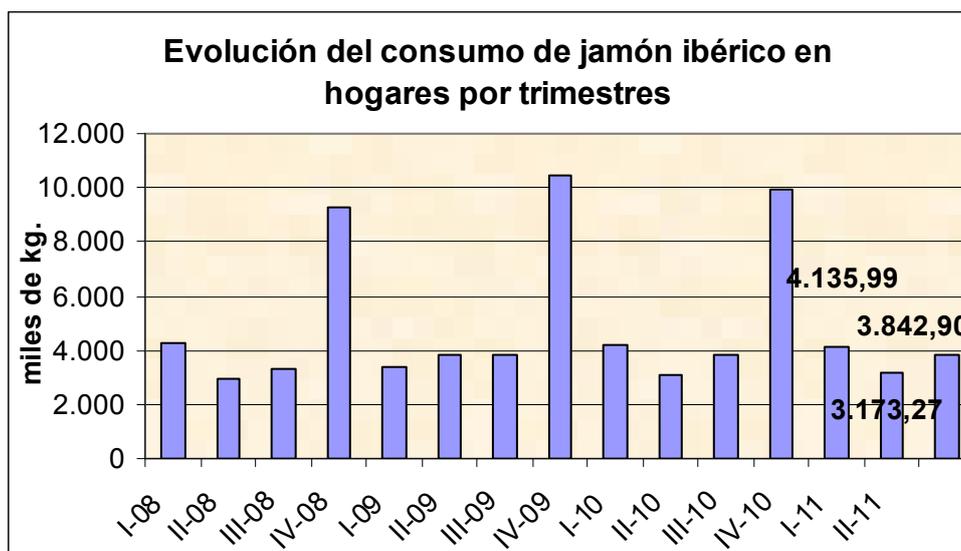
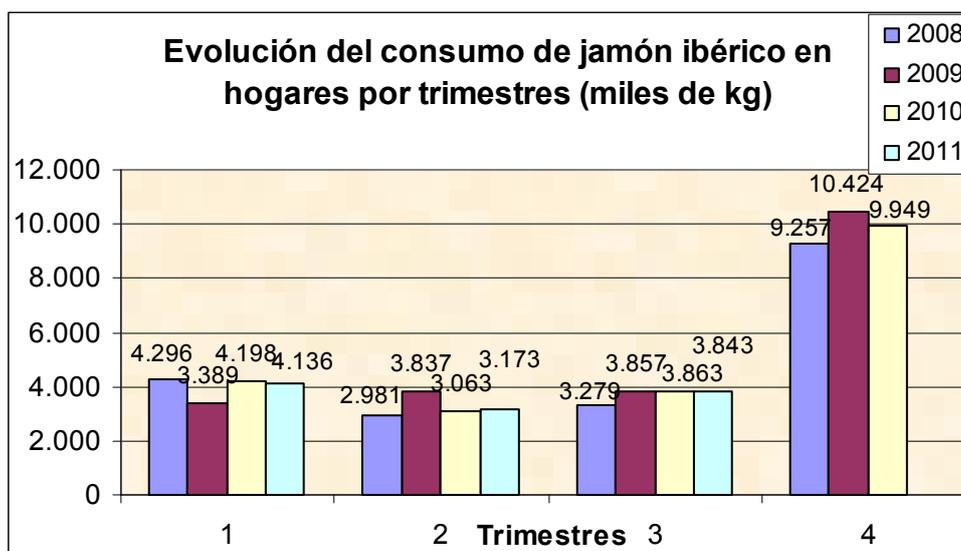
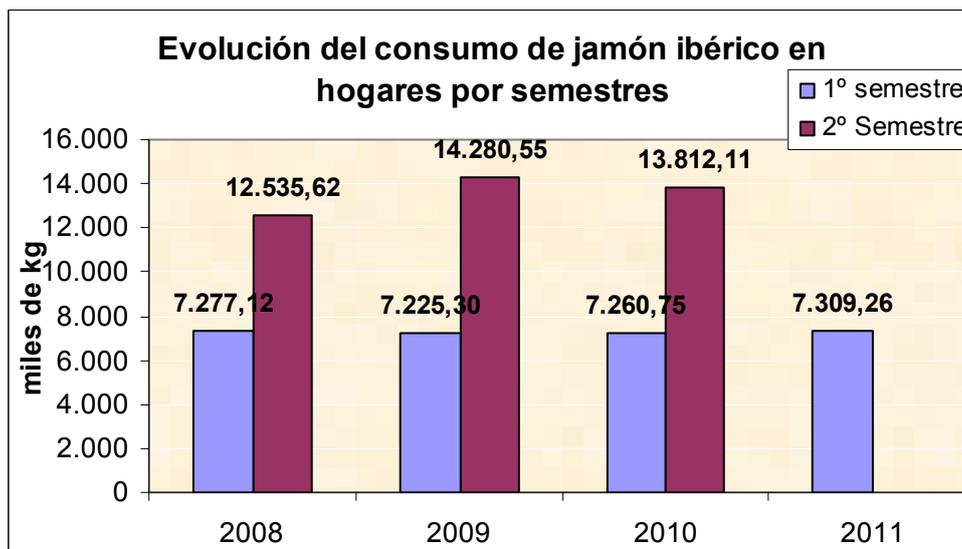


Gráfico 2



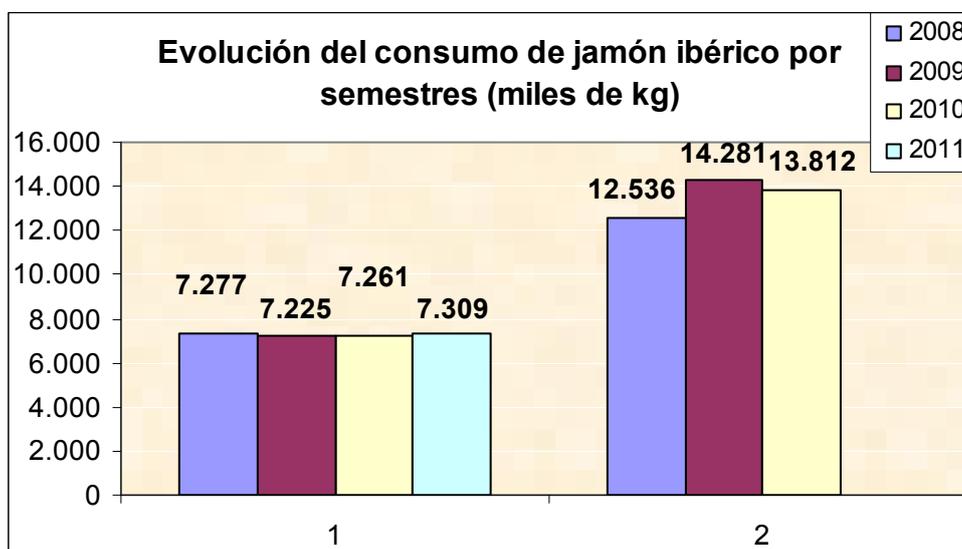
En el gráfico 3 vemos la distribución del consumo por semestres. Podemos ver en este gráfico que el consumo de jamón ibérico se ha incrementado muy ligeramente en el segundo semestre de 2011 respecto al de 2010, lo que representa un escaso 0,6% de aumento, siendo hasta ahora el semestre en el que mayor ha sido el consumo de los cuatro años registrados. De estos tres primeros gráficos podemos deducir que **el comportamiento del consumo en 2011 es muy similar al de 2010.**

Gráfico 3



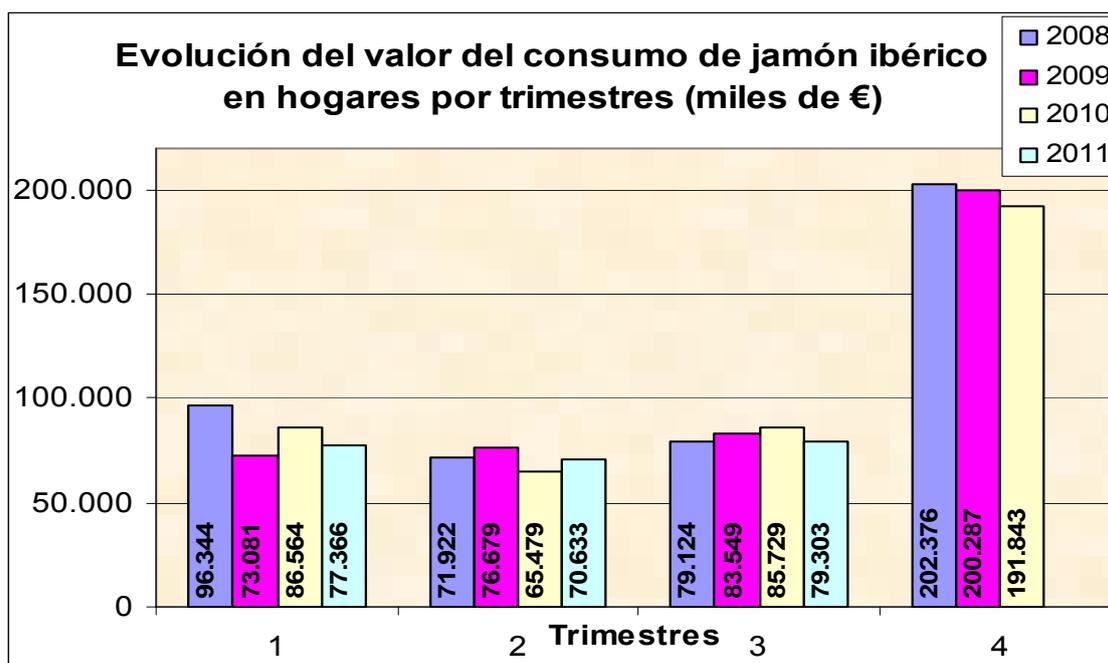
Al igual que hicimos con los trimestres, el siguiente gráfico 4 muestra también los semestres agrupados, apreciándose aquí claramente que las diferencias en el consumo anual de los años anteriores han estado en el segundo semestre del año.

Gráfico 4



En cuanto al valor de las producciones, el gráfico 5 nos muestra la evolución del valor del jamón ibérico consumido en los hogares por trimestres. Mientras en los tres primeros trimestres no se aprecia un patrón fijo, en el cuarto trimestre, el más importante en cuenta al consumo, se observa una evolución decreciente, habiéndose perdido 10 millones de euros en este trimestre entre 2008 y 2010.

Gráfico 5



Esta información sobre el valor se completa en el gráfico 6 (página siguiente) con la evolución anual de los precios del jamón ibérico en total y por formatos, entero y loncheado. La información del año 2011 está calculada con los datos hasta el mes de Septiembre. El dato más significativo es el descenso del precio medio del jamón entero hasta los 14,54 € en el año 2011.

El período de mayor consumo de jamón ibérico es a final de año. Este consumo estacional está reflejado principalmente en el mes de Diciembre, pero cuando se analizan los datos observamos que los meses de Noviembre y Enero reflejan también en gran medida este consumo estacional. Por tanto, para captar mejor la estacionalidad del consumo es conveniente agrupar los datos mensuales en dos períodos, uno desde Febrero hasta Octubre (F-O) y otro de Noviembre, Diciembre y Enero del siguiente año. Con esta agrupación de datos mensuales hemos construido el gráfico 7, donde se aprecia que el consumo no estacional (F-O) se ha incrementado a lo largo de los tres últimos años, con un salto considerable de 2008 a 2009 y más suave de 2009 a 2010. Por otra parte, el consumo estacional (NDE), después de subir un **16%** de 2008 a 2009 disminuyó un **6,6%** en 2010.

Gráfico 6

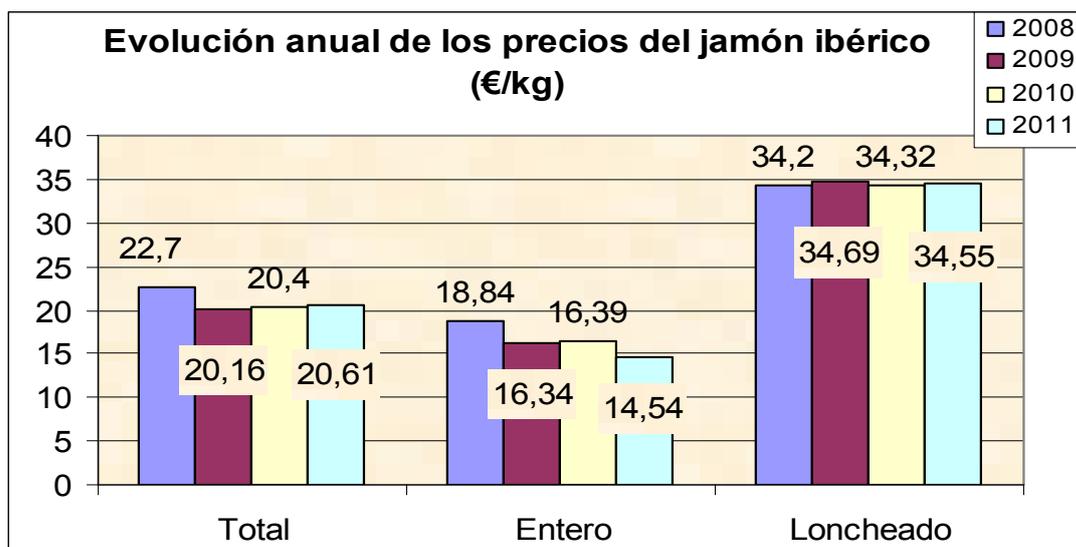
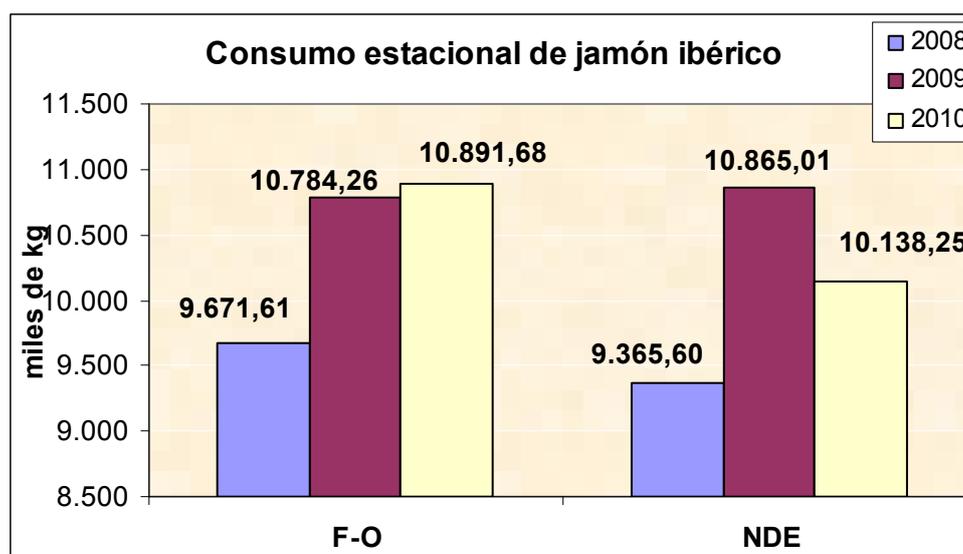


Gráfico 7



El gráfico 8 (página siguiente) muestra el consumo no estacional sumando los datos desde Febrero hasta Septiembre de cada año, observándose que en lo que llevamos de 2011 hay una ligera recuperación respecto a 2010 y se está muy cerca de la cifra del año 2009.

Una forma de estudiar las tendencias globales en el consumo es a través de la tasa anual móvil, que especifica para cada mes, el consumo acumulado del año que termina en ese mes. Por ejemplo, el dato correspondiente para Abril de 2010 recoge el consumo desde Mayo de 2009 hasta Abril de 2010.

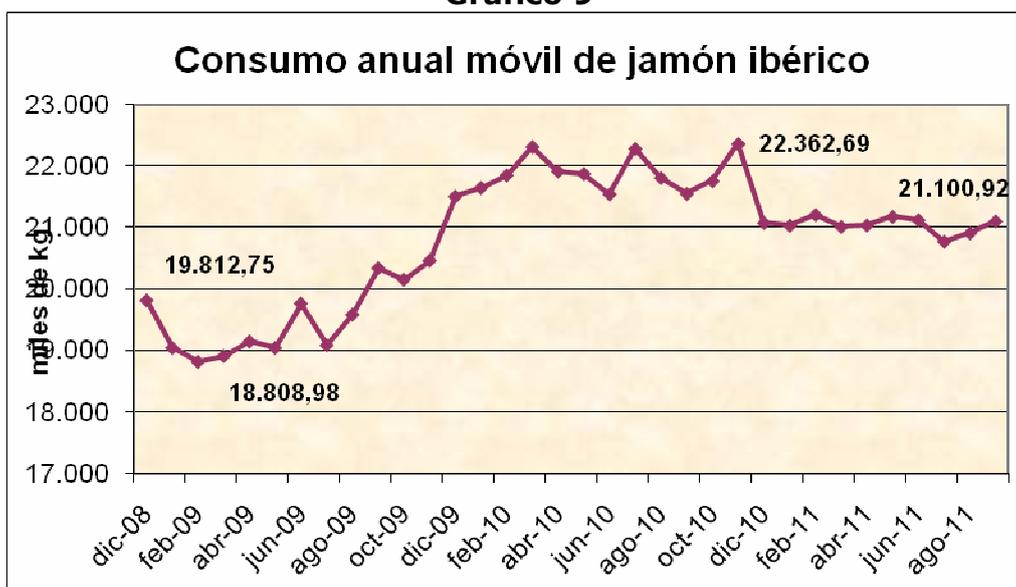
Gráfico 8



Los tres gráficos siguientes muestran el consumo anual móvil de jamón ibérico (gráfico 9), de jamón ibérico entero (gráfico 10) y de jamón ibérico loncheado (gráfico 11) desde diciembre de 2008 hasta septiembre de 2011.

En el **gráfico 9** vemos que el mayor consumo anual de jamón se alcanza en Noviembre de 2010 con 22.362,69 miles de kg, mientras que el dato menor corresponde a Febrero de 2009 con 18.808,98 miles de kg. **En Septiembre de 2011 el consumo anual es de 21.100,92 miles de kg**, muy similar al dato con el que se concluyó 2010 (Diciembre de 2010) que fue de 21.072,85 miles de kg..

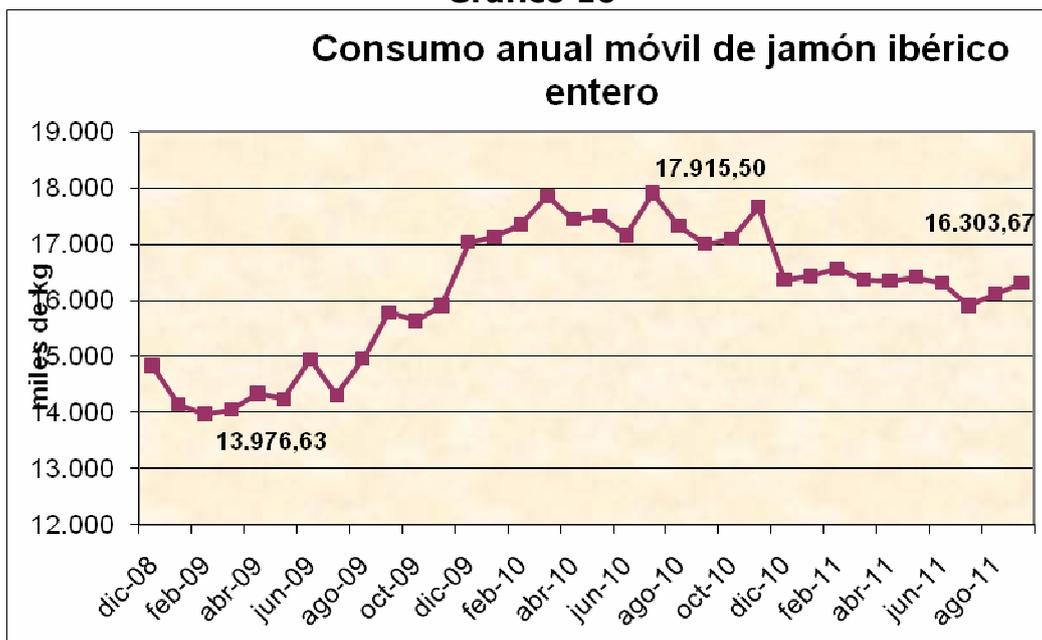
Gráfico 9



Hay un período de subida prolongada de Julio de 2009 a Marzo de 2010. Tras el descenso de Diciembre de 2010 se aprecia una tendencia estable en el consumo.

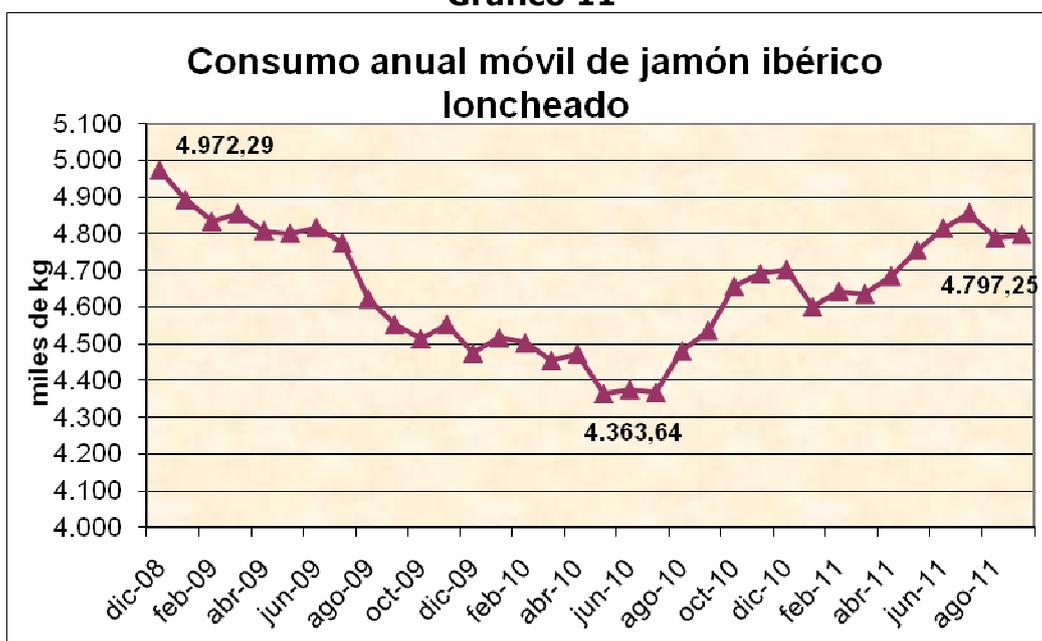
En cuanto al consumo de jamón entero (**gráfico 10**), el valor máximo se alcanza en Julio de 2010 con 17.915,50 miles de kg, siendo el valor mínimo en Febrero de 2009 de 13.976,63. Por lo demás, las tendencias son similares a las del jamón total, con un período prolongado de subida de Julio de 2009 a Marzo de 2010 y la estabilización desde Diciembre de 2010.

Gráfico 10



El consumo de jamón loncheado presenta un patrón distinto cuando se observa a una escala conveniente como vemos en el **gráfico 2.29**.

Gráfico 11



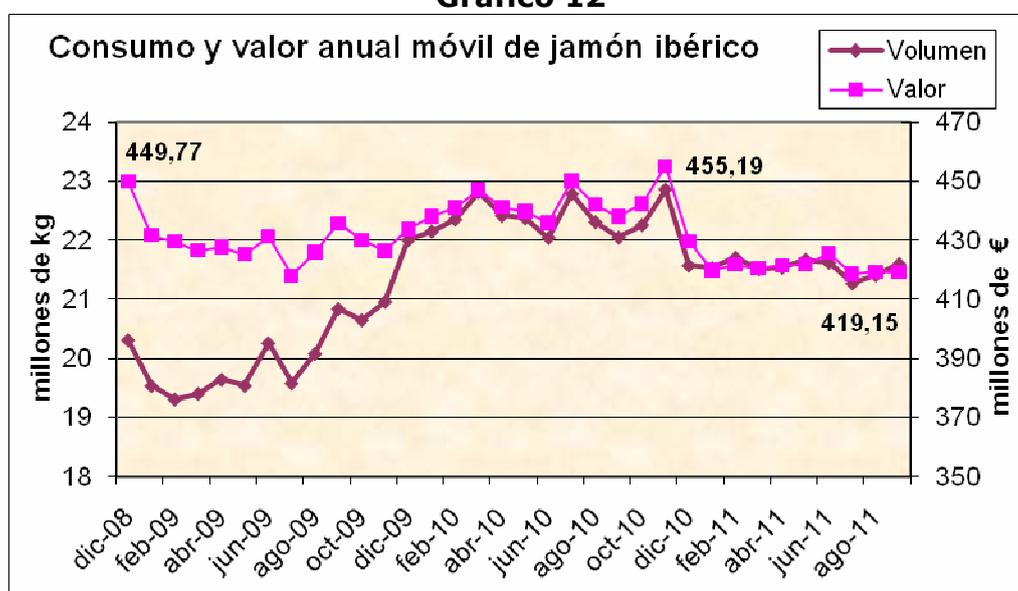
El punto más alto se alcanza en el primer mes, Diciembre de 2008, con 4.972,29 miles de kg. Desde aquí el consumo desciende hasta Mayo de 2010 (4.363,64) para comenzar una subida en dos etapas desde Julio de 2010 hasta ahora, cuando se ha alcanzado en Julio de 2011 una cifra de 4.855,67 miles de kg, muy próxima a la de Diciembre de 2008, aunque en Agosto y en Septiembre se sitúa finalmente en 4.797,25 miles de kg.

Para no ser demasiado exhaustivos no vamos a mostrar individualmente los gráficos de evolución del valor anual móvil de los consumos de jamón total, entero y loncheado. En su lugar vamos a añadir a las gráficas anteriores las del valor correspondiente, en una escala conveniente que permite ilustrar la evolución conjunta de las variables volumen y valor en términos anuales móviles.

El gráfico 12 muestra la evolución conjunta del consumo, en volumen y de su valor para el jamón ibérico total. Observamos cómo la curva de valor comienza por encima de la de volumen para aproximarse en el primer trimestre de 2010, lo que ilustra la disminución relativa del precio del producto durante el año 2009.

En lo que respecta al valor, Diciembre de 2008 registró 449,76 millones de euros, para alcanzar el punto más alto en Noviembre de 2010 con 455,18 millones y caer desde entonces a 419,15 millones en Agosto de 2011, tras tener el valor mínimo Julio.

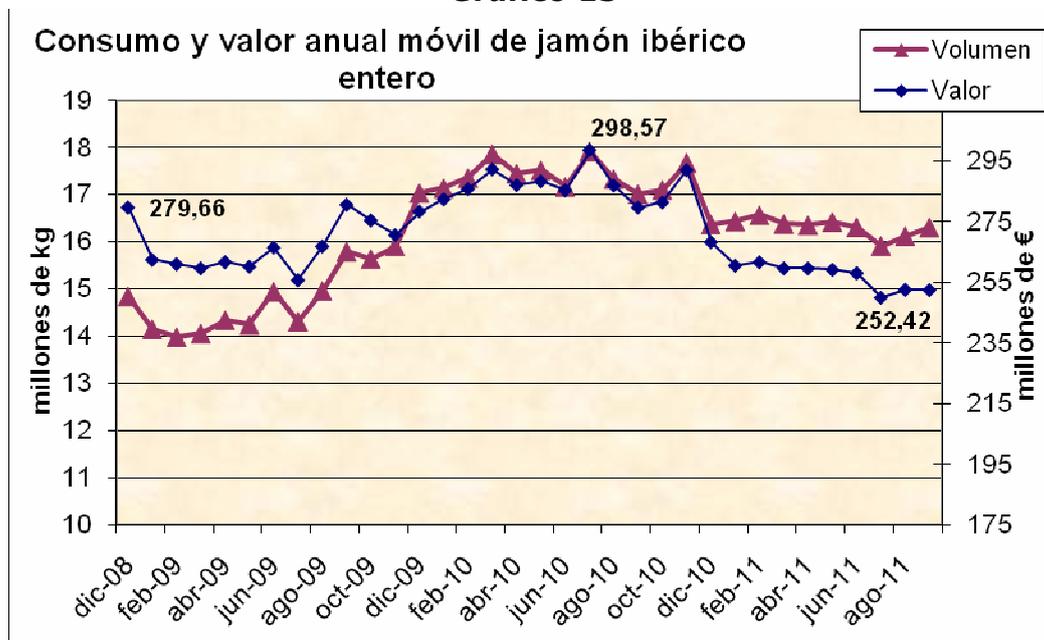
Gráfico 12



En el gráfico 13 se representa el consumo y su valor anual móvil para el jamón ibérico entero. La gráfica es muy parecida a la anterior, pero además de situarse el valor por encima del volumen durante 2009 y los primeros meses de 2010 la tendencia se invierte en el año 2011, situándose la gráfica del valor por debajo de la del volumen.

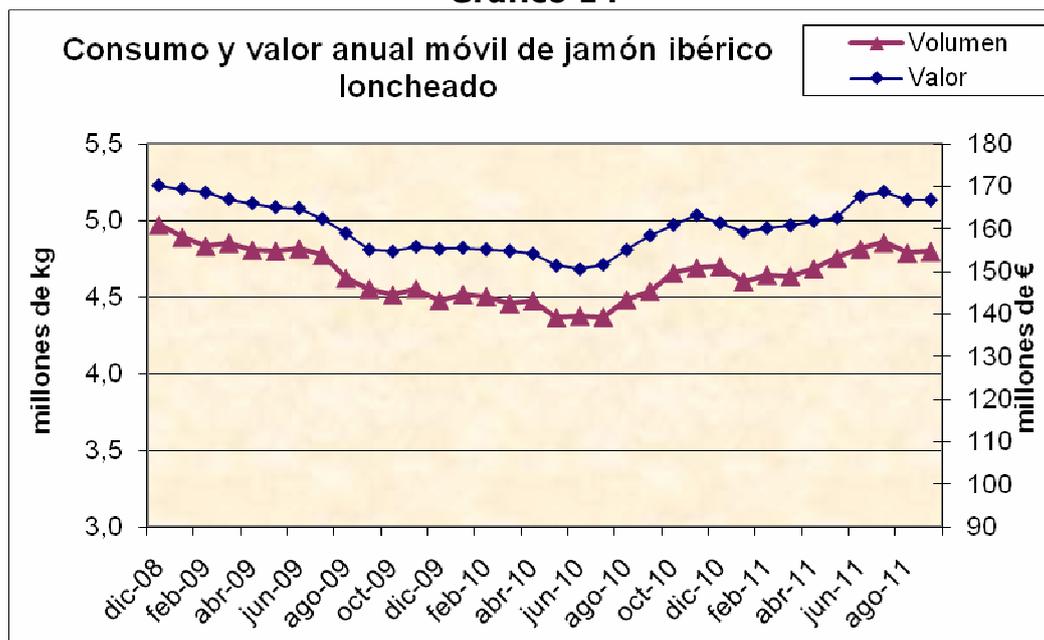
La gráfica de valor se inicia en Diciembre de 2008 con 279,65 millones de euros, alcanza un máximo en Julio de 2010 con 298,56 millones y se sitúa en Septiembre de 2011 en 252,2 millones después de sufrir el mínimo de la curva en Julio.

Gráfico 13



La evolución conjunta del volumen y valor del consumo de jamón ibérico loncheado aparece en el gráfico 14, donde vemos cómo la evolución de ambas es más compensada que en los casos anteriores.

Gráfico 14



En los gráficos 15, 16 y 17 se presenta la evolución de las mismas variables para la paleta ibérica total, la paleta entera y la paleta loncheada, pero sólo hasta Agosto. Las curvas de la paleta ibérica total (15) siguen una evolución contraria a las del jamón ibérico. En este caso las paletas se aprecian a lo largo del período de estudio aunque con una menor intensidad que la disminución del valor del jamón. No ocurre lo mismo con la paleta ibérica entera (gráfico 16), que se deprecia a partir de Enero de 2010.

Gráfico 15

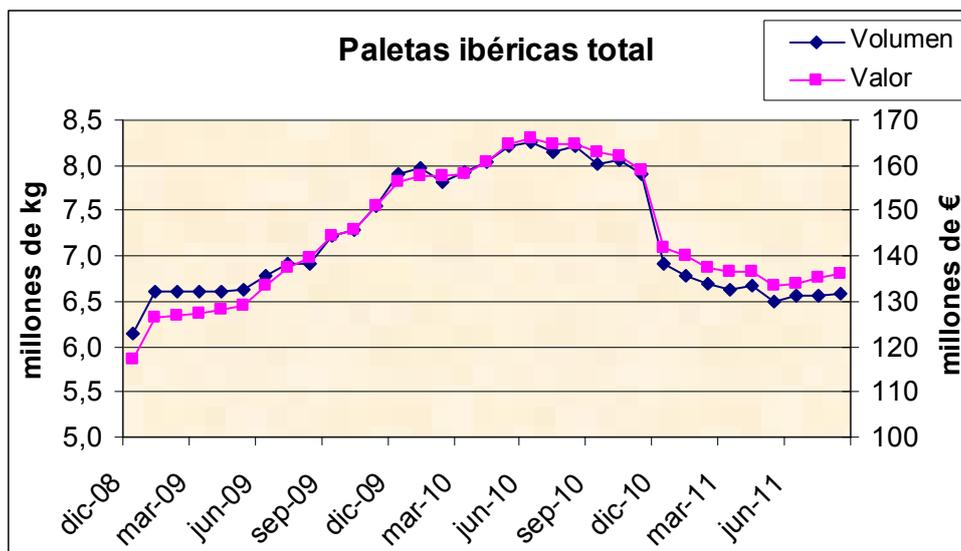


Gráfico 16

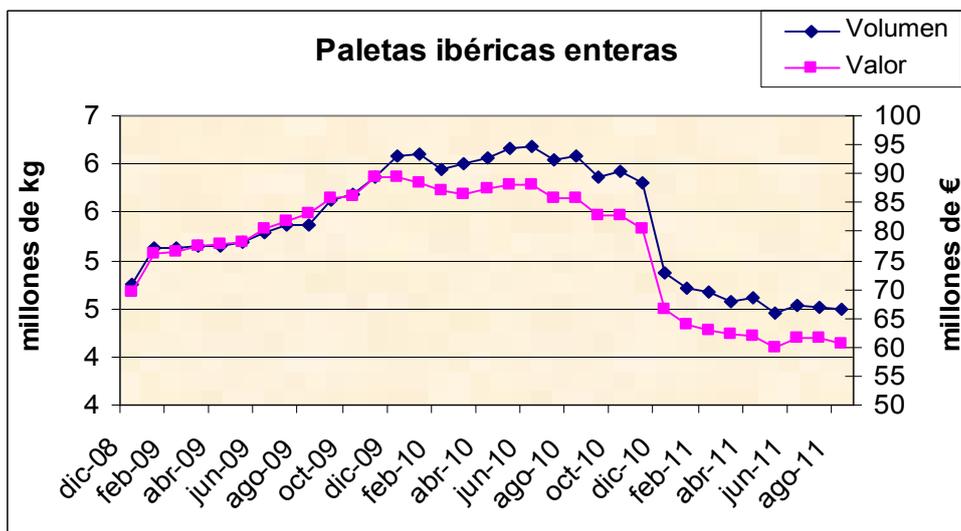
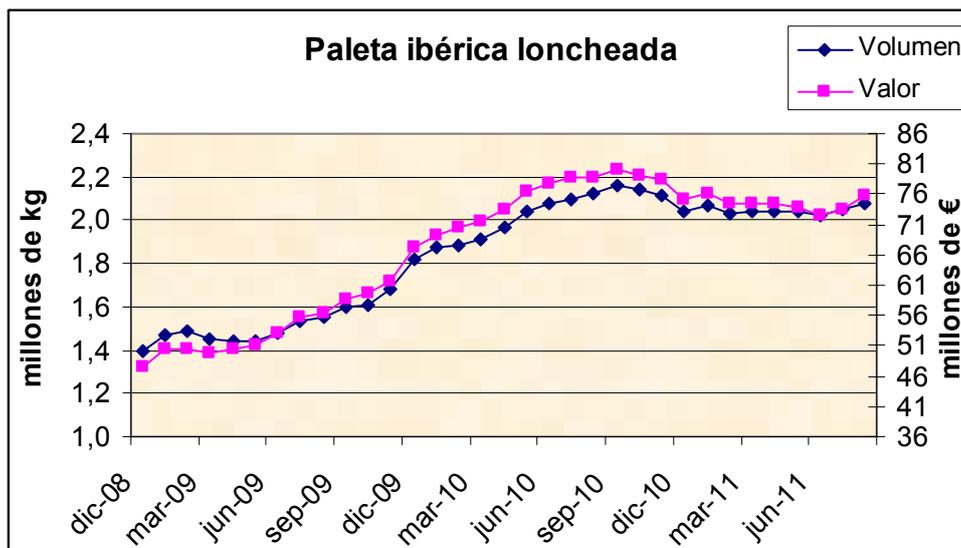


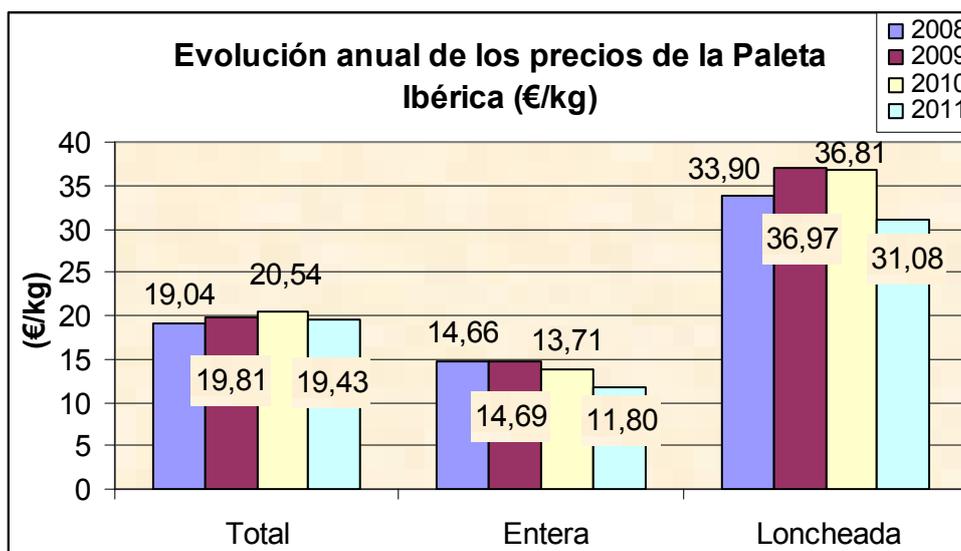
Gráfico 17



En el gráfico de la paleta loncheada destaca el crecimiento continuo tanto del volumen como del valor hasta finales del 2010, con una disminución a partir de entonces que parece haberse frenado en los últimos meses de 2011.

Para completar la información de las paletas, el gráfico 18 presenta la evolución anual de los precios de las paletas. Al igual que en caso del jamón se incluyen los datos de 2011 calculados con el valor y el volumen disponibles hasta Agosto. Podemos apreciar el descenso de precios de la paleta entera hasta los 11,80 €/kg cuando habían sido en los años anteriores de 14,66, 14,69 y 13,71. Por su parte, la paleta loncheada baja desde más de 36 euros en los años 2009 y 2010 hasta los 31,08 en 2011.

Gráfico 18



Los gráficos 19, 20 y 21 presentan los consumos anuales móviles de jamón ibérico total, jamón ibérico entero y jamón ibérico loncheado por canales de distribución, hasta Julio de 2011. Los canales de distribución se han agrupado según los cinco grupos que explicamos en una entrega anterior, aunque ahora hemos sumado a Carnicerías/charcuterías los ultramarinos y otras tiendas tradicionales. Así nos quedarían **Hipermercados**, **Supermercados**, **Tradicional** (que incluye carnicerías/charcuterías, ultramarinos y tiendas tradicionales) **Específicos** (lo que antes se llamaba Resto y que incluye canales con gran importancia como en el ibérico como regalos, tiendas gourmet y compra directa al productor) y **Otros** (donde se agrupan los canales minoritarios).

En estos gráficos vemos que el consumo de jamón total no ha dejado de crecer en los supermercados, en los hipermercados crece mucho más suavemente mientras que para los canales tradicional y específico se aprecia una caída desde los primeros meses de 2010 hasta final de ese año, aunque en el canal tradicional se aprecia también un repunte desde el comienzo del año 2011.

Finalmente, el gráfico 22 nos muestra la evolución, en términos anuales móviles, del gasto total de los hogares en los derivados del cerdo ibérico, hasta Agosto de 2011. El nivel más alto de gasto se alcanza en Julio de 2010 con 862,80 millones de euros. Después de partir de un nivel de 828,37 millones en diciembre de 2.008 el nivel actual es de 766,65 millones, habiéndose perdido casi 100 millones desde el máximo de Julio de 2010.

Gráfico 19

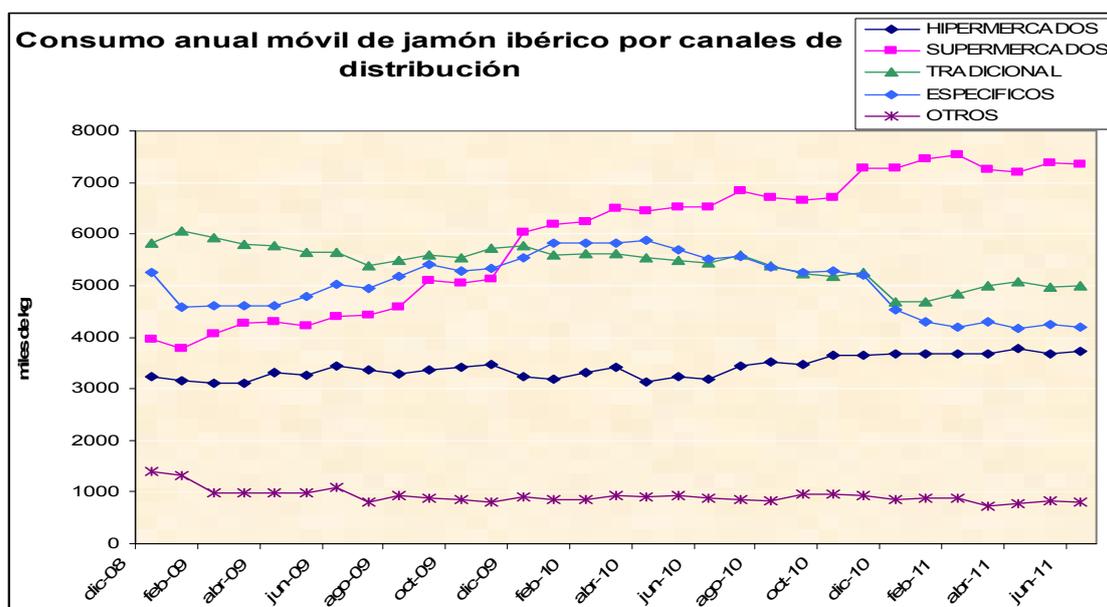


Gráfico 20

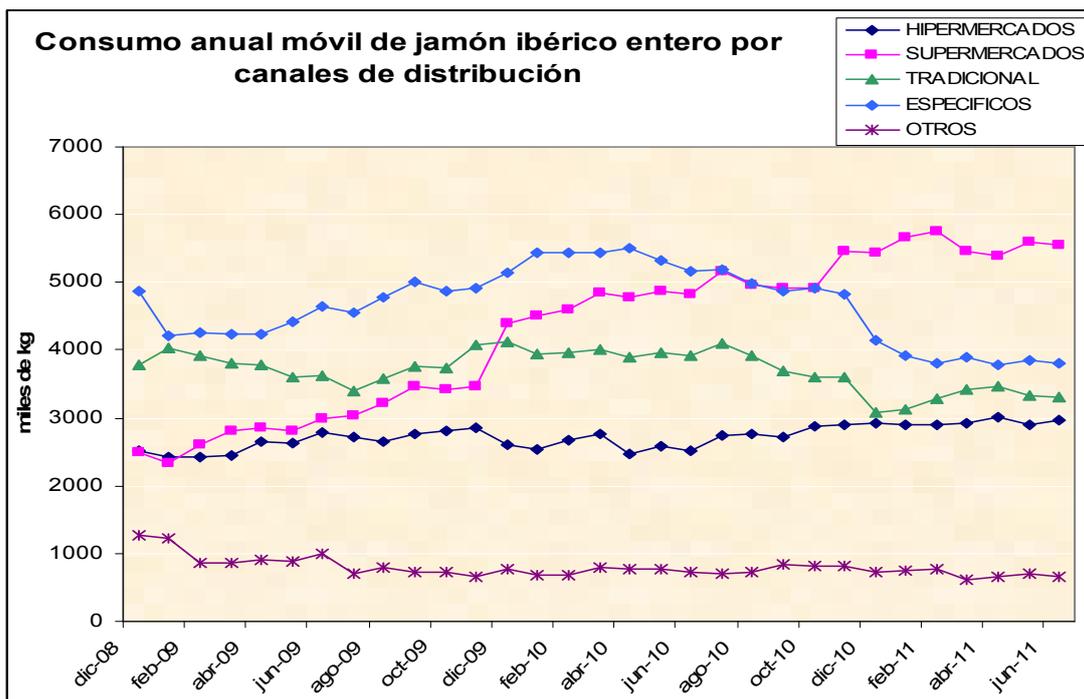


Gráfico 21

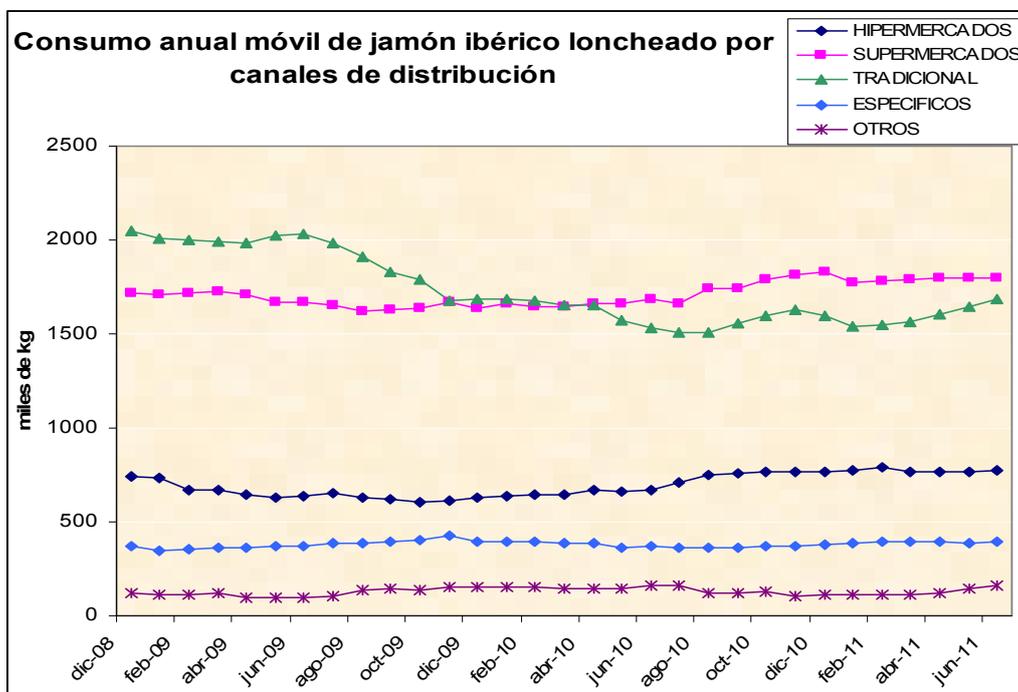


Gráfico 22

