



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

Análisis de nuevas oportunidades de la exportación de jamón español a mercado chino

MEMORIA PRESENTADA POR:

[Wenbo Yao]

MÁSTER DE *[Dirección de Empresas]*

Convocatoria de defensa: *[Noviembre 2020]*



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer a mi profesora Ana M. García Bernabeu por su orientación en mi tesis, por ayudarme a señalar la dirección de mi trabajo fin de máster y guiarme para desarrollar gradualmente la tesis. Es de gran ayuda y guía para completar todo trabajo bajo la determinación de la dirección y el marco general de mi tesis.

También quiero agradecer a mi compañera de clase y buena amiga Shuna Wang. Gracias por responderme muchas dudas sobre los procedimientos, el formato y el cronograma del trabajo fin de máster. También le agradezco por tomarse el precioso tiempo fuera del su trabajo diario para ayudarme a corregir la terminología y la gramática del español de mi trabajo.

Finalmente, quiero agradecer a mi familia por su apoyo espiritual y financiero durante los dos meses para hacer mi trabajo fin de máster a tiempo completo.

Contenido

RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
Capítulo 1 Introducción y Objetivos.....	7
Capítulo 2 Análisis del entorno.....	9
2.1 Análisis PEST del mercado chino.....	9
2.1.1 Factor Político.....	9
2.1.2 Factor Económico.....	12
2.1.3 Factor Social.....	17
2.1.4 Factor Tecnológico.....	19
2.2 Análisis de la situación actual de venta de las marcas españolas de jamón en China.....	21
2.2.1 Exportación de jamón a china.....	21
2.2.2 Listado de empresas exportadoras de carne españolas registradas en China.....	23
2.2.3 Las ventas de marcas españolas en China.....	27
2.3 Análisis de los competidores chinos.....	42
2.3.1. Jamón chino famoso.....	42
2.3.2 Productos de Jinhua y Xuanwei.....	44
2.3.3 Precio.....	47
2.4 Comparación entre las marcas españolas y las competidores chinos.....	47
2.4.1 Producción de jamón.....	47
2.4.2 Cocción del jamón.....	48
2.4.3 Productos y precios.....	51
2.4.4 El escenario estratégico.....	51
Capítulo 3 Análisis DAFO de las marcas españolas.....	54
3.1 Factores externos: Oportunidades y amenazas.....	54
Oportunidades.....	54

Amenazas.....	54
3.2 Factores internos: Fortalezas y debilidades.....	55
Fortalezas.....	55
Debilidades.....	55
Capítulo 4 Análisis de nuevas oportunidades de jamones españoles en China	56
4.1 El mapa de utilidad del comprador de Jamones españoles	56
4.2 Los tres niveles de no clientes de Jamones españoles	59
4.3 Reconstrucción de las fronteras del mercado a través de 6 Caminos.....	59
4.4 El desarrollo de los tres caminos	61
CONCLUSIÓN.....	64
BIBLIOGRAFÍA.....	66
Listas de figuras.....	68
Listas de tablas.....	69
ANEXOS.....	70

RESUMEN

Este Trabajo Final de Máster analiza las oportunidades comerciales que pueden obtener el jamón de marca española en el mercado chino.

Se utiliza principalmente el análisis PEST para analizar y estudiar el entorno macroeconómico del mercado chino. A continuación, se seleccionan datos sobre las principales marcas españolas para estudiar las condiciones de funcionamiento de estas marcas en el mercado chino a través del análisis de muestra. Al mismo tiempo, con el fin de comparar y analizar las similitudes y diferencias entre los jamones de marca española y de marca china, se utiliza el mismo método de análisis para conocer la situación de las marcas más conocidas de jamón chino.

A continuación, utiliza el análisis DAFO para describir brevemente las ventajas y desventajas de las marcas españolas en el mercado chino, así como las oportunidades y desafíos encontrados.

Finalmente, aplicando el método de la estrategia del océano azul, analiza los límites del mercado chino que las marcas españolas pueden romper, convirtiendo las amenazas en oportunidades y las debilidades en ventajas.

Se concluye que en el mercado chino actual y en un futuro previsible, las marcas españolas pueden romper la frontera de su nicho a través de estrategias adecuadas y aprovechar las oportunidades que oferta por entorno.

Palabras clave: jamón, mercado chino, exportación a China

ABSTRACT

This article analyzes the possible opportunities that Spanish brand ham can obtain in the Chinese market.

PEST analysis is mainly used to analyze and study the macro environment of the Chinese market; then select sample data to study the operating conditions of Spanish brands in the Chinese market through sample analysis. At the same time, in order to compare and analyze the similarities and differences between Spanish brand and Chinese brand hams, the same analysis method is used to find out the situation of the famous Chinese ham brands.

It then uses the SWOT analysis to briefly describe the advantages and disadvantages of Spanish brands in the Chinese market, as well as the opportunities and challenges encountered.

Finally, applying the blue ocean strategy method, he analyzes the limits of the Chinese market that Spanish brands can break, turning threats into opportunities and weaknesses into advantages.

It is concluded that in the current Chinese market and in the foreseeable future, Spanish brands can break the frontier of their niche through appropriate strategies and take advantage of the opportunities offered by environment.

Keywords: ham, Chinese market, export to China

Capítulo 1 Introducción y Objetivos

2020 es un año muy especial, en este año, debido al impacto de la epidemia de coronavirus, el mercado mundial se ha visto muy afectado. El comercio transfronterizo también se ha visto afectado, mostrando una fuerte tendencia a la baja. Con la escalada de las fricciones comerciales entre China y Estados Unidos, los mercados desarrollados representados por Estados Unidos están mostrando una tendencia de proteccionismo comercial, pero el mercado chino se está volviendo cada vez más abierto.

Aunque el desarrollo de la economía mundial se ha visto afectado por la epidemia del COVID-19, la forma económica representada por la economía digital ha mostrado una tendencia de crecimiento sustancial. Como un gran país para las compras online, China tiene un completo sistema de logística transfronteriza, y la logística nacional de China es rápida y de bajo costo. Las compras online se han convertido en uno de los métodos de compra a los que están acostumbrados los consumidores chinos. En la era de la neumonía posterior a esta epidemia, el gobierno chino también se está enfocando en fortalecer la infraestructura de la economía digital y promover la economía digital.

Según los datos de Trademap, China es el mayor importador de carne del mundo, y representa el 14,3% de las importaciones mundiales de dichos productos. Según el valor importado en 2019 (miles de USD), España es el principal país de origen de las importaciones de China de carne de animales de la especie porcina (fresca, refrigerada o congelada). En los últimos cinco años, las exportaciones de carne de cerdo de España a China han mostrado una tendencia creciente, especialmente en los últimos dos años, el aumento se ha disparado. La Administración General de Aduanas de la República Popular de China ha autorizado a 57 establecimientos productores de carne y productos cárnicos españoles a exportar al mercado chino (Para obtener la lista específica, consulte el Anexo 1) a agosto de 2020. Si bien antes del mes de mayo de 2019 el número de empresas autorizadas era solo de 28. El aumento del número de fábricas autorizadas este año refleja el rápido crecimiento de las exportaciones españolas de carne porcina a China.

Sin embargo, la carne congelada y los despojos son las principales de la exportación de carne porcina a China. Aunque ya en 2007, el mercado chino abrió sus puertas al jamón español (solo jamón deshuesado hasta 2018), el jamón solo representa una parte muy pequeña de las exportaciones de carne porcina de España a China. Según datos de 2019, esta proporción es del 0,25%.

Sin embargo, cabe destacar que desde finales de 2018, el mercado chino ha abierto la puerta a más tipos de productos de jamón, como el jamón con hueso.

Aunque ha habido una tendencia de crecimiento en los últimos tres años, la importación de jamón es relativamente pequeño en China. De 2017 a 2019, las exportaciones de jamón de España a China mostraron una tendencia creciente,

pero solo representaron el 1,55% de las exportaciones de España al mundo. Sin embargo, cabe señalar que las exportaciones de jamón de España a China en 2019 representaron más del 60% de las importaciones de China desde el mundo para. Para obtener datos detallados, consulte la Tabla 4.

En general, los consumidores chinos de jamón español son los que tienen buen ingreso, lo que representa una proporción relativamente pequeña, esto es solo en términos de la enorme población de China. Cabe señalar que, aunque sea una pequeña proporción, su número es considerable. Sin embargo, debido al desarrollo de las redes sociales, los productos de jamón español han comenzado a ser conocidos por un consumidor chino cada vez más común.

Además, debido a la madurez y popularización de las compras online en China. Aunque la mayoría de los supermercados y restaurantes de alta gama que venden jamón español se encuentran en grandes ciudades como Beijing y Shanghái, los residentes de otras ciudades medianas e incluso rurales también pueden comprar jamón español a través de Internet.

Debido a los cambios en el mercado, las políticas, la tecnología, los hábitos de consumo y otros cambios macroambientales, tal vez estos cambios traigan nuevas oportunidades de desarrollo para las marcas de jamón español.

El objetivo principal de este artículo es estudiar y discutir las nuevas oportunidades posibles y desafíos que las marcas españolas de jamón pueden encontrar en China en el entorno internacional y las condiciones del mercado existentes.

Este Trabajo Final de Máster se divide principalmente en cuatro capítulos:

El segundo capítulo se centra en el análisis del macroentorno de China. El análisis se divide principalmente en dos niveles. Primero, se centra en la situación macroeconómica a nivel nacional. El segundo nivel está relacionado con el jamón español o la industria de jamón.

El tercer capítulo utiliza el análisis DAFO para estudiar las oportunidades y amenazas de las marcas de jamón español en el mercado chino, así como sus propias ventajas y desventajas.

El cuarto capítulo se basa en el segundo y tercer capítulo, aplicando la estrategia del océano azul para explorar cómo romper las fronteras existentes, eliminar las debilidades y ganar nuevos clientes y mercados.

En el último capítulo, se concluye que, aunque la fricción comercial entre China y EE.UU está intensificando. Y la economía y el comercio mundiales se están desacelerando o incluso estancados por el impacto de la epidemia de coronavirus.

El mercado chino, como un mercado enorme y altamente resistente al riesgo, todavía tiene un alto valor de inversión. El jamón a la española es todavía un nicho de mercado muy pequeño en China, y si las marcas españolas pueden abordar sus desventajas actuales, pueden ganar más cliente y un mercado de ventas más amplios.

Capítulo 2 Análisis del entorno

Este capítulo consta de cuatro partes. La primera es utilizar PEST para analizar el entorno macro del mercado chino. La segunda es analizar el funcionamiento y las ventas de las marcas de jamón español en China. La tercera es analizar las ventas de las marcas de jamón chino. Por último, un análisis comparativo de los jamones españoles y chinos.

2.1 Análisis PEST del mercado chino

Para comprender mejor el mercado de destino de exportación, esta sección adopta el método de análisis PEST para analizar el mercado chino desde cuatro factores: política, economía, sociedad y tecnología.

2.1.1 Factor Político

Los factores políticos se analizan principalmente: acuerdos relacionados con la exportación de jamón, zona de libre comercio de Hainan, aranceles y leyes relevantes.

1. Protocolo de exportación del jamón

España y China establecieron relaciones diplomáticas el 9 de marzo de 1973 y mantienen buenas relaciones bilaterales. Esto se refleja en el desarrollo continuo de relaciones amistosas y de cooperación entre los dos países en los campos de la política, la economía y el comercio, la cultura, la ciencia y la tecnología, la educación y la justicia.

En los últimos años, las relaciones China-España han seguido manteniendo un buen impulso de desarrollo, especialmente en relaciones económicas y comerciales bilaterales. En los últimos años, la cooperación económica y comercial España- China ha seguido desarrollándose. España es el sexto socio comercial de China dentro de la UE y China es el socio comercial más grande de España fuera de la UE. En 2019, el volumen de comercio bilateral fue de 35.469 millones de dólares, un aumento interanual del 5,2%, de los cuales las exportaciones de China a España fueron de 26.866 millones de dólares, un aumento interanual del 7,7% y las importaciones desde España fueron de 8.600 millones de dólares, una disminución interanual del 1,7%.

A finales de diciembre de 2019, España había invertido en 2.653 proyectos en China, con una inversión real de 3.949 millones de dólares estadounidenses. Entre ellos, España invirtió en China en 2019, 145 proyectos, un aumento del 25% interanual, y una inversión real de 118 millones de dólares, un 30,8% menos interanual. Hay más de 700 empresas españolas en China, principalmente involucradas en finanzas, energía, telecomunicaciones,

transporte y otras industrias.

En el noviembre de 2018, el presidente de la República Popular China, Xi Jinping, se reunió con S.M. el Rey Felipe VI y el Presidente del Gobierno, D. Pedro Sánchez. Para la renovación de la relación estratégica entre España y China a través de la firma de varios acuerdos comerciales, convenios de colaboración y protocolos sanitarios para la exportación de productos agroalimentarios.

Durante la visita del presidente chino, Xi Jinping, a España, se suscribió el protocolo de autorización de la exportación del jamón con hueso a China. Antes de este protocolo, se puede exportar el jamón deshuesado solamente desde 2007. Además, la nueva norma elimina también el requisito de que los productos curados tengan que tener una curación mínima de 313 días, lo que abre la exportación a otros productos como lomo, chorizo y salchichón.

2. Hainan Free Trade Port

Se publicó oficialmente el *Plan general para la construcción del puerto de libre comercio de Hainan* el 1 de junio de 2020, que aclara la implementación de la construcción del puerto de libre comercio de Hainan en toda la isla de Hainan. El plan presentó políticas específicas girando en torno al comercio libre y conveniente, la inversión libre y conveniente, y el flujo de capital transfronterizo conveniente y libre, etc.

Hainan es la provincia más meridional de China. El alcance de la implementación del puerto de libre comercio de Hainan cubre toda la isla de Hainan. En el Plan dice que para año 2025, se establecerá inicialmente un sistema de políticas de puertos de libre comercio centrado en la libertad de comercio y la libertad de inversión y la conveniencia, y se convertirá el centro de comercio libre en China en año 2035. Dice que un nuevo altiplano económico abierto, un puerto de libre comercio de alto nivel con fuerte influencia internacional se completará por completo a mediados de este siglo.

En el futuro, el Puerto de Libre Comercio de Hainan proporcionará un entorno empresarial más libre y abierto y un entorno mejorado y más conveniente de transporte internacional. Además, proporcionará un sistema fiscal especial y logrará más reducciones y exenciones, por ejemplo, se lanzó una lista de productos sin aranceles recientemente.

En general, el Puerto de Libre Comercio de Hainan es uno de los signos de China para continuar abriéndose al mundo y promover el libre comercio.

3. Políticas fiscales y leyes relacionadas

La Tabla 1 muestra los códigos de clasificación arancelaria y el tipo arancelario aplicable al jamón exportado a China.

[Tabla 1 Clasificación arancelaria](#)

ARANCEL APLICABLE SOBRE EL VALOR CIF		
CAPÍTULO 2 - CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES		MFN/ España
02.10	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos	
0210.19	Las demás (Jamón deshuesado)	25%
CAPÍTULO 16 - PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS		
16.02	Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre. De la especie porcina	
1602.41.00	Jamones y trozos de jamón	5%
1602.42.00	Paletas y trozos de paleta	5%
1602.49.00	Las demás, incluidas las mezclas	5%

Fuente: ICEX y General Administration of Customs,P.R.CHINA

Además, el impuesto sobre el valor añadido (IVA) en China es 13%. El impuesto sobre el valor añadido de China se divide en impuesto a la producción e impuesto a los insumos. Lo que hay que señalar es aunque la tasa IVA es del 13%, parece que la tasa IVA es muy alta, pero el IVA real es igual al impuesto sobre la producción menos el impuesto sobre los insumos, y el impuesto sobre los insumos se utiliza como una deducción fiscal.

La exportación de productos de cerdo (incluido el jamón) a China debe cumplir con las leyes y políticas del país importador y requiere muchos procedimientos.

En pocas palabras, incluye Registro en la AQSIQ (La Administración General de Supervisión de Calidad Inspección y Cuarentena), Inspección y Cuarentena por Las oficinas CIQ (*China Inspection and Quarantine Services*), etc. Para saber más información sobre las tramites de exportación de productos porcinos a China, consulta el capítulo 8 *Acceso al mercado -barreras* de informe *El mercado de la carne porcina en China 2019*, que publicado por ICEX España Exportación e Inversiones.

2.1.2 Factor Económico

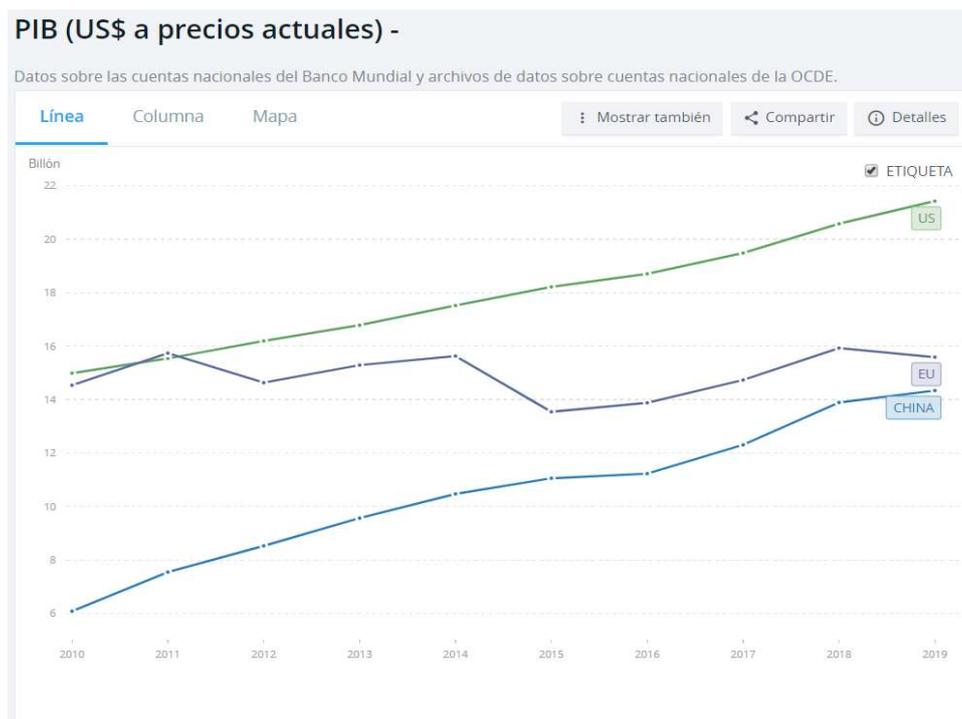
En esta sección, los factores económicos utilizados para el análisis incluyen: el PIB de China, el tipo de cambio del euro y el renminbi, la tasa de inflación de China, los ingresos de los hogares de China y las importaciones de carne de China.

1. PIB de China

El producto interno bruto (PIB) generalmente se reconoce como el mejor indicador de las condiciones económicas de un país.

China es la segunda economía más grande del mundo. La Figura 1 muestra los cambios en el PIB de China de 2010 a 2019. En términos de PIB, la economía de China se encuentra en un estado de crecimiento continuo.

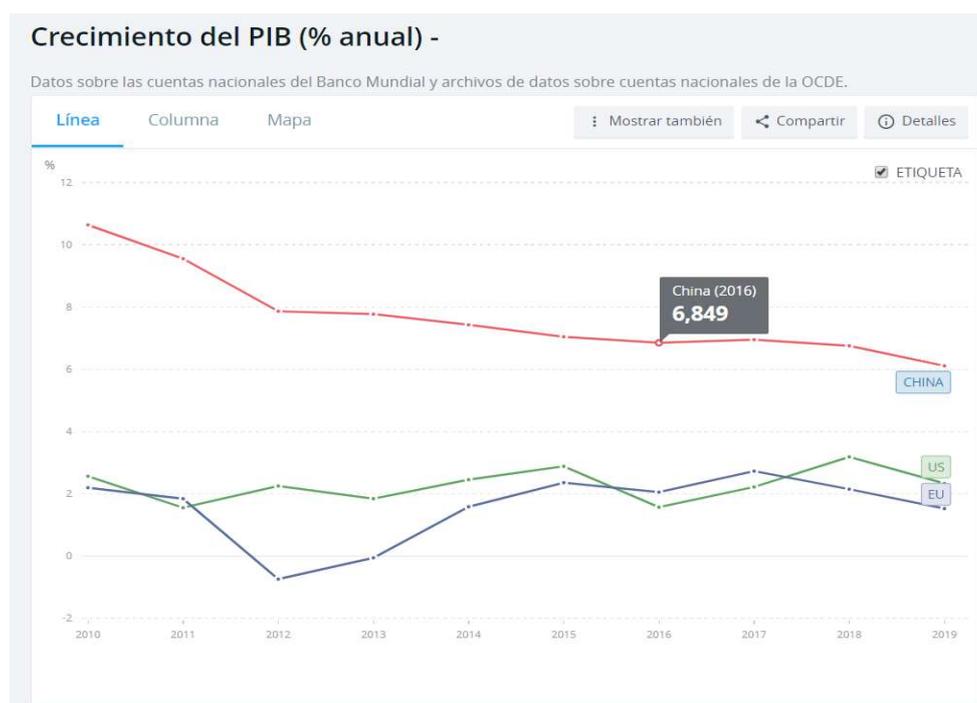
Figura 1 Evolución de PIB China



Fuente: Banco mundial

Además, se puede ver en la Figura 2, desde la perspectiva de la tasa de crecimiento, en lo que respecta a Estados Unidos y la Unión Europea, aunque la tasa de crecimiento económico de China se ha ralentizado gradualmente desde 2010, sigue siendo superior a la tasa de crecimiento económico de los países desarrollados.

Figura 2 Crecimiento del PIB, EE.UU., UE, China



Fuente: Banco mundial

Afectada por la epidemia del coronavirus, la economía mundial se ha visto muy perjudicada. La tasa de crecimiento económico de China ha retrocedido significativamente en el primer trimestre de 2020 en comparación con 2019 en este contexto, lo que era el más afectado periodo por esta epidemia en China. Esta severa recesión se debe a cierres o interrupciones a gran escala en todo el país.

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, lo que muestra en Tabla 2, la tasa de crecimiento económico en el segundo trimestre de 2020 aumentó un 3,2% interanual en comparación con el mismo período de 2019. Puede verse que la economía de China no solo es grande en tamaño y rápido crecimiento, sino que también tiene una alta resistencia al riesgo y capacidades de recuperación.

Tabla 2 Tasa de crecimiento interanual ¹del PIB, China (%)

Año	Q1	Q2	Q3	Q4
2015	7,1	7,1	7,0	6,9

¹ La tasa de crecimiento interanual es la tasa de crecimiento en comparación con el mismo período del año pasado.

2016	6,9	6,8	6,8	6,9
2017	7,0	7,0	6,9	6,8
2018	6,9	6,9	6,7	6,5
2019	6,4	6,2	6,0	6,0
2020	-6,8	3,2		

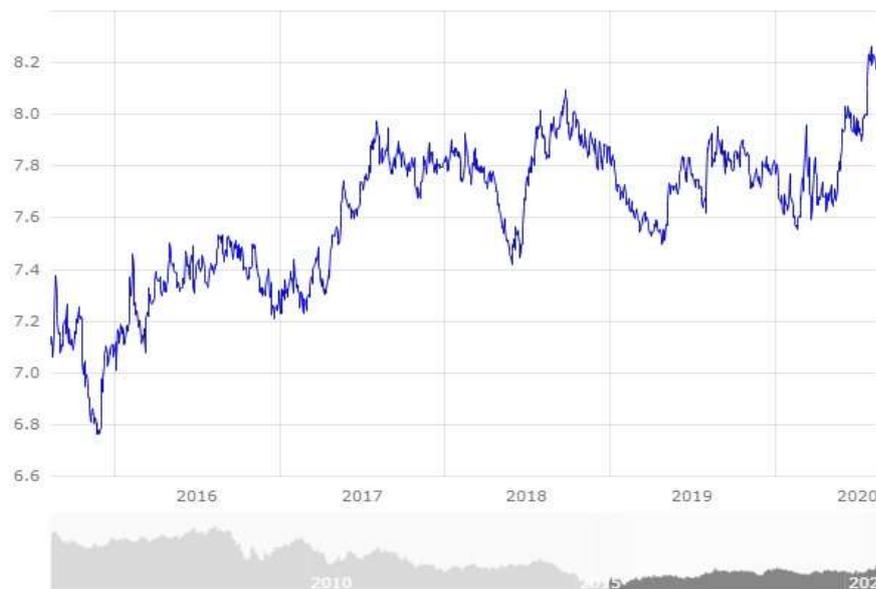
Fuente: National Bureau of Statistics

2. Tipo de cambio

Los cambios en el tipo de cambio tienen un impacto directo en el comercio de importación y exportación, y también son uno de los indicadores importantes que reflejan la estabilidad de una economía.

La figura 3 muestra los cambios del euro frente al renminbi (RMB o CNY) desde agosto de 2015 hasta agosto de 2020. En los últimos cinco años, el tipo de cambio del euro frente al renminbi ha mostrado en general una tendencia al alza, especialmente debido a la epidemia del coronavirus, la fricción comercial entre Estados Unidos y China y la recesión económica mundial. Como resultado, existe un cierto riesgo de volatilidad en el tipo de cambio entre el euro y el renminbi.

Figura 3 Los cambios en el tipo de cambio entre EURO y CNY

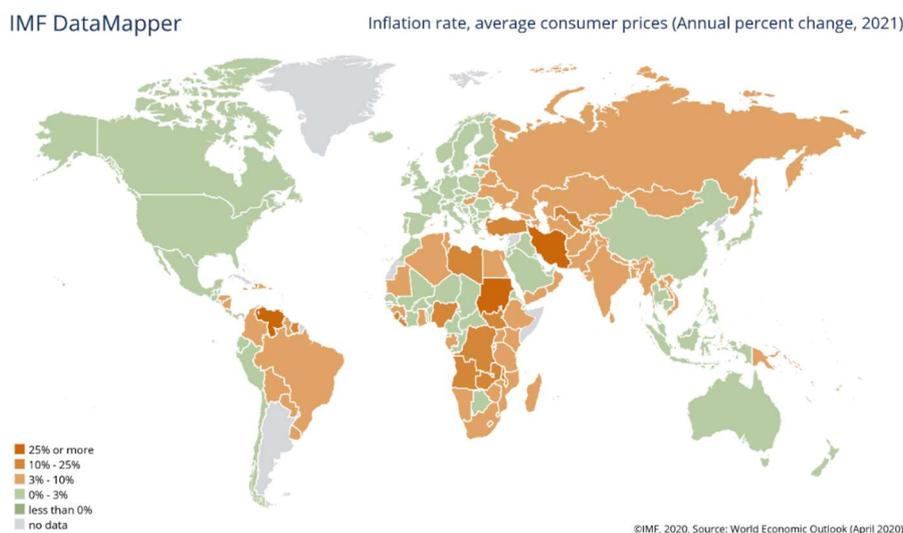


Fuente: European Central Bank

3. Inflación de economía china

La figura 4 es el pronóstico del índice de inflación global 2021, que publicado por International Monetary Fund.

Figura 4 Tasa de inflación, precios promedio al consumidor (variación porcentual anual, 2021)



Fuente: IMF

Según el pronóstico del FMI, la tasa de inflación de China en 2021 irá del 2,6%, lo que significa que el nivel de precios pronosticado de China para el próximo año no verá un aumento general y no habrá un mayor riesgo de inflación.

4. Ingresos de residentes chinos

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, en el primer semestre de 2020, la renta disponible per cápita de los residentes chinos fue de 15.666 yuanes, un aumento nominal del 2,4% con respecto al mismo período del año anterior. Después de deducir los factores de precio, en realidad cayó un 1,3%. Entre ellos, el ingreso disponible per cápita de los residentes urbanos fue de 21.655 yuanes, un aumento del 1,5% (la siguiente tasa de crecimiento nominal es interanual a menos que se especifique lo contrario), y la disminución real fue del 2,0% después de deducir los factores de precio; el ingreso disponible per cápita de los residentes rurales fue de 8.069 yuanes, un aumento del 3,7%. Después de deducir el factor precio, la disminución real fue del 1,0%.

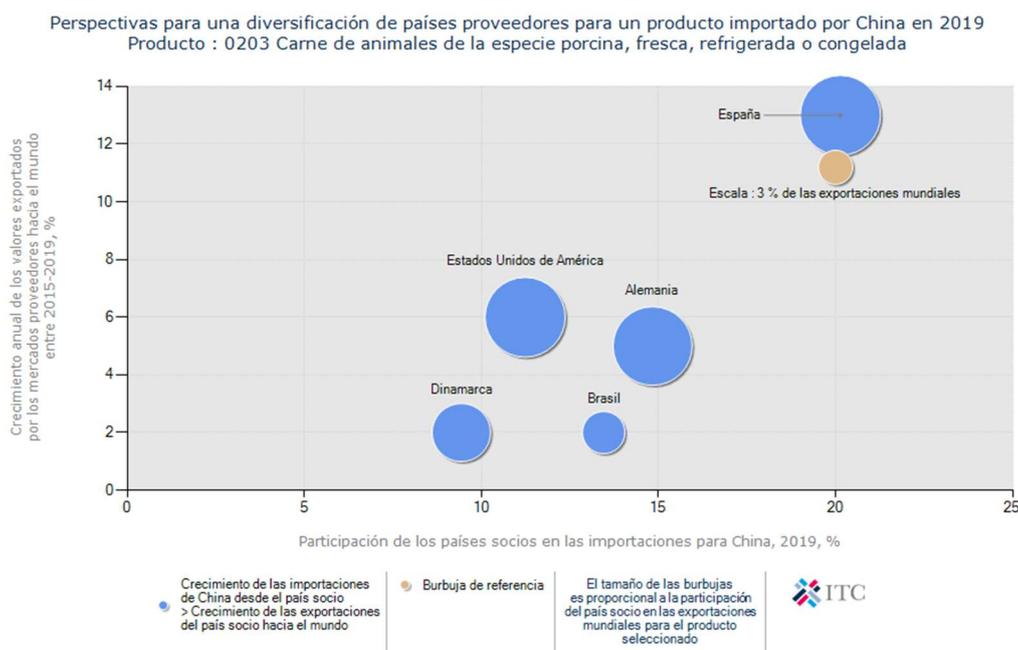
Afectados por la repentina epidemia, los ingresos y el consumo de los residentes se han visto afectados significativamente, y ha habido una disminución que no se ha visto en muchos años. Sin embargo, a medida que la economía se recupere gradualmente, el crecimiento de los ingresos de los residentes mejorará gradualmente.

5. Importaciones de alimentos cárnicos

China es el mayor importador de carne del mundo (Producto: 02 Carne y despojos comestibles), representa el 14,3% de las importaciones totales de productos de esta categoría. También, es el segundo mayor importador de carne de cerdo (Producto: 0203 Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada), las importaciones de China representan 14,1% de las importaciones mundiales para este producto.

Según el valor importado en 2019 (miles de USD), España es el principal país de origen de las importaciones de China de este tipo de producto 0203. Participación de las importaciones para China (%) fue 20,1%, la tasa de crecimiento de los valores importados entre 2015-2019 (% p.a.) fue 25% y la tasa de crecimiento de los valores importados entre 2018-2019 (% p.a.) fue 136%.

Figura 5 Los principales proveedores de producto 0203 importado por China, 2019

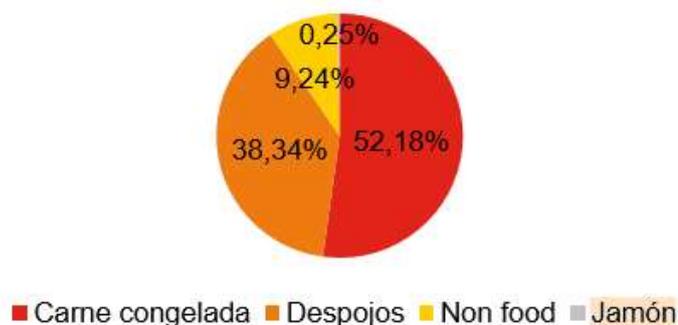


Fuente: Trademap

En cuanto a las categorías, según el informe *El mercado de la carne porcina en China 2019* publicado por ICEX, cabe destacar que los principales productos porcinos importados son la carne congelada (020329 y 020322) con un 52% del valor total de las importaciones y los despojos (020649 y 020910) con un 38%. Las importaciones de porcino no destinado a alimentación (050400) representa el 9% de las importaciones y el jamón (021019, 160241 y 160242) tan solo el 0,25%.

Figura 6 Principales categorías de importaciones: desde todo el mundo

PRINCIPALES CATEGORÍAS DE IMPORTACIONES: DESDE TODO EL MUNDO.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Global Trade Atlas

Fuente: El mercado de la carne porcina en China 2019 publicado por ICEX

2.1.3 Factor Social

En esta sección, se considera principalmente dos factores sociales: la población y la estructura de China, y la cultura de la dieta de carne de China.

1. Población y su estructura

China es un país con una población de 1.400 millones y compuesto por 56 grupos étnicos. Entre ellos, el grupo étnico Han tiene la población más grande, representando más del 90% de la población total del país.

Según el censo de 2010 de China, el tamaño medio de una familia en China es de 3,09 personas por hogar. Según los datos de año que publicados por la Oficina Nacional de Estadísticas de China en año 2016, la población urbana representaba el 57,35% de la población total.

Según el sexto censo nacional (2010), la población de 0 a 14 años representaba el 16,60%; la población de 15 a 59 años representaba el 70,14%; la población de 60 años y más representaba el 13,26%, de los cuales mayores de 65 años representaba el 8,87% de total población.

A finales de 2015, desde la perspectiva de la composición por edades de la población total en China continental, había 910,96 millones de personas en edad de trabajar entre 16 y 60 años (excluidos los 60 años), una disminución de 4,87 millones con respecto a finales del año anterior, lo que representa el 66,3% de la población total; La población de 60 años y más es de 222 millones, lo que representa el 16,1% de la población total; la población de 65 años y más es de 143,86 millones, lo que representa el 10,5% de la población total.

En general, las familias chinas son familias pequeñas con un número reducido de personas. El desarrollo de la población de China generalmente muestra la tendencia de desarrollo de baja tasa de fertilidad, envejecimiento y urbanización.

2. Cultura alimentaria cárnica

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, la producción de carne de China en 2019 fue de 76,49 millones de toneladas, de las cuales 42,55 millones de toneladas de cerdo, que representan el 55,6%; 22,39 millones de toneladas de carne de aves de corral, que representan el 29,3%; 6,67 millones de toneladas de carne de res, que representan el 8,7%; 4,88 millones de toneladas de cordero, que representan el 6,4%.

Según el informe *El mercado de la carne porcina en China* lo que publicado por ICEX, con la diversificación del consumo de carne, aunque la proporción del consumo de carne de cerdo ha disminuido, la carne de cerdo sigue siendo el producto cárnico más importante en la mesa china.

“En el caso del jamón, a pesar de ser un producto de muy alta calidad y de haber visto incrementadas sus exportaciones notablemente en los últimos años, solo representa un porcentaje marginal de las exportaciones totales de carne a China.

Es un producto que se distribuye por otros canales de distribución a los habituales de la carne, principalmente a través de tiendas gourmet o de establecimientos de restauración especializados; ya que a pesar de ser considerado un manjar en España, en China solamente lo consumen de forma habitual personas con un perfil muy definido: renta disponible alta o superior a la media, conocimiento previo del producto y que ha estado en contacto con la cultura gastronómica española. No existe un conocimiento generalizado acerca del jamón, a pesar de lo que muchos puedan pensar: la mayoría de las personas no han oído hablar de él, y otros sí, pero nunca han llegado a consumirlo.

A lo anterior hay que añadir que los hábitos de consumo de carne en la población china están directamente relacionados con la compra de carne fresca. Normalmente, los consumidores chinos desconocedores de este producto serán reticentes a comprar carne curada, la cual considerarán poco apetitosa o incluso poco saludable y su compra (la del jamón salado) se restringe para ser utilizado en cocina para sopas o condimento adicional.” (Isidro Flores Pérez, Maitane Aldea Grados, Carolina Buldain Andueza, Joseba Ikarán Arriaga y Rubens Sánchez Hernández, 2019, p.142)

Los chinos tienen una larga tradición de comer jamón, tomando como ejemplo el más famoso jamón Jinhua, según datos históricos, el jamón Jinhua se inició en la dinastía Tang (año 618-907).

Además de ir al supermercado a comprar productos de jamón, los chinos, especialmente en las zonas rurales, tienen la costumbre de hacer jamón en su

casa. A diferencia de los españoles, los productos de jamón chino se suelen utilizar para sopas, guisos u otros métodos de cocción, y sirva como un plato para acompañar arroz blanco.

2.1.4 Factor Tecnológico

En esta sección, se considera principalmente dos factores tecnológicos: Actividad de I + D + i en China y la infraestructura de economía digital china.

1. Actividad de I + D + i

La inversión en I + D es un requisito previo para la innovación de una industria, y los nuevos productos y servicios generados por la innovación pueden llegar a todos los rincones de la sociedad. Esto es cierto para las computadoras personales, los teléfonos inteligentes y la inteligencia artificial y la robótica en un futuro próximo. En una sociedad global basada en la tecnología, la forma en que los países pueden utilizar eficazmente la inversión en I + D tendrá un impacto profundo en su prosperidad económica y la calidad de vida de las personas.

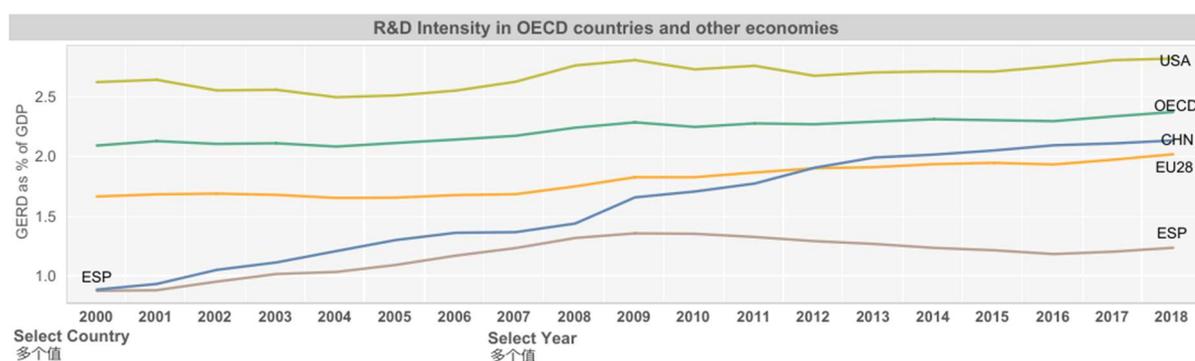
Durante décadas, China ha dependido de la fabricación para promover el desarrollo económico, y ahora está compitiendo con las economías comprometidas con la innovación. En este proceso, China no solo ha logrado un progreso considerable en las industrias emergentes, sino que sus líderes han considerado cada vez más la innovación como el foco del desarrollo económico de China.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, conocida como OCDE, es una organización económica internacional intergubernamental compuesta por 36 países con economía de mercado. Su objetivo es responder de manera conjunta a los desafíos económicos, sociales y de gobernanza gubernamentales provocados por la globalización, y aprovechar las oportunidades que brinda la globalización.

La intensidad de la investigación y el desarrollo (I + D) (gasto en I + D como porcentaje del Producto Interno Bruto, PIB) en el área de la OCDE aumentó del 2,34% en 2017 al 2,38% en 2018, según los últimos datos de *Main Science and Technology Indicators (MSTI) database*, que publicado el 5 de agosto de 2020 por *OECD*.

Desde 2000, la inversión de China en I + D como porcentaje del PIB ha aumentado año tras año y su tasa de crecimiento ha sido superior al nivel promedio de la OCDE. Aunque su participación en el PIB sigue siendo menor que la de Estados Unidos y la OCDE, se puede predecir a partir de su tendencia de crecimiento y las políticas del gobierno chino que, en el futuro, China prestará cada vez más atención al desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Figura 7 Comparación de intensidad de I+D entre USA, OECD, CHN, UE y ESP



Source: OECD estimates based on OECD Main Science and Technology Indicators Database, August 2020.

Fuente: OECD

2. Infraestructura de economía digital

En los últimos años, China ha prestado gran atención a la inversión y desarrollo de Infraestructura de tecnología de la información y las comunicaciones. Según estadísticas del Ministerio de Industria y Tecnología de la Información de China, al 1 de agosto de 2019, la tasa de cobertura de fibra óptica y 4G en las aldeas administrativas de China superó el 98%. El desarrollo de Internet en China, especialmente Internet móvil, así como el rápido desarrollo de las compras en línea y los pagos móviles son inseparables de la mejora de la infraestructura TIC.

La tecnología 5G es un foco de preocupación mundial. Según las noticias de la Red de la Industria de la Información de China del 10 de septiembre, la capital china, Beijing, ha logrado una cobertura total de las redes 5G independientes. En un futuro cercano, 5G será el foco y el punto de acceso de la nueva infraestructura de China, y jugará un papel importante en la nueva infraestructura. Brindará un fuerte apoyo para el desarrollo de diversas industrias en la economía nacional y satisfará continuamente las nuevas necesidades de información y comunicaciones de la gente.

En 2020, el mundo está cambiando rápidamente. Afectada por la epidemia de coronavirus, el papel de la economía digital se ha vuelto prominente. En el período posterior a la epidemia, la transformación digital se convertirá en un nuevo motor para promover el desarrollo económico y social.

Las tecnologías relacionadas con el desarrollo de la economía digital, como 5G, big data, computación en la nube, inteligencia artificial, etc., se han convertido en el foco de los campos científicos y tecnológicos de China y han recibido apoyo político.

2.2 Análisis de la situación actual de venta de las marcas españolas de jamón en China

2.2.1 Exportación de jamón a china

La tabla 3 muestra el jamón exportado desde España de 2017 a 2019. Los códigos del trademap son 021019, 160241 y 160242.

Tabla 3 Significado de los códigos de producto

Código de producto	Etiqueta del producto	
'021019	Meat of swine, salted, in brine, dried or smoked (excluding hams, shoulders and cuts thereof, ...	Carne de porcino, salada o en salmuera, seca o ahumada (excepto jamones, paletas y sus trozos, ...
'160241	Hams of swine and cuts thereof, prepared or preserved	Jamones de cerdo y sus trozos, preparados o conservados
'160242	Prepared or preserved shoulders and cuts thereof, of swine	Paletas preparadas o conservadas y sus cortes, de porcino

Fuente: Trademap

La tabla 4 muestra la exportación de España a China de los productos dichos arriba desde 2017 hasta 2019. Y los datos de esta exportación de España al

mundo.

Tabla 4 Comercio bilateral entre ESP y CHN

Product code	Spain's exports to China			China's imports from world			Spain's exports to world		
	Value in 2017	Value in 2018	Value in 2019	Value in 2017	Value in 2018	Value in 2019	Value in 2017	Value in 2018	Value in 2019
'021019	4318	5155	7092	5561	5855	9948	396877	450900	429314
'160241	166	443	14	2145	2834	1128	28428	25637	22684
'160242	32	52	4	922	1053	708	9345	7793	5927
Total	4516	5650	7110	8628	9742	11784	434650	484330	457925

Fuente: trademap

En general, a partir de 2019, las exportaciones españolas al mercado chino representaron un porcentaje relativamente pequeño de sus exportaciones totales.

Entre ellos, se muestra en la tabla 5 que, en términos de producto (021019) de Carne de porcino, salada o en salmuera, seca o ahumada (excepto jamones, paletas y sus trozos), España es el principal país de origen de las importaciones chinas de este producto.

Tabla 5 Porporción de exporyación de jamón español

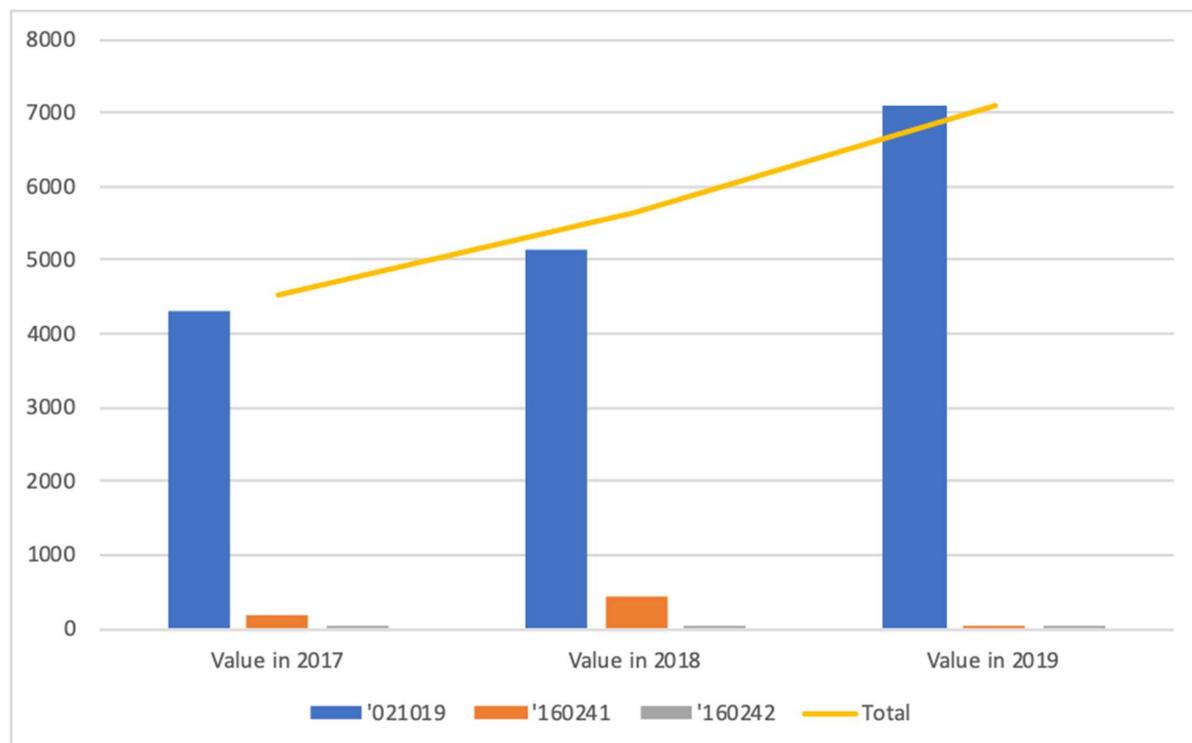
Product code	Value in 2017	Value in 2018	Value in 2019
'021019	78%	88%	71%
'160241	8%	16%	1%
'160242	3%	5%	1%

Fuente: Trademap

Como se puede ver en la figura 7, el jamón exportado de España a China ha mostrado una tendencia general creciente en los últimos tres años, que se

debe principalmente al crecimiento de los productos 021019.

Figura 8 Evaluación de exportación de jamón a China, 2017-2019



Fuente: trademap

Si bien la demanda china de jamón está aumentando, vale la pena señalar que esta demanda es mucho menor que en otros mercados del mundo.

2.2.2 Listado de empresas exportadoras de carne españolas registradas en China

Según los datos publicados por la Aduana de China el 8 de abril de 2020, 57 empresas cárnicas españolas se han registrado en China.

Para obtener la lista completa, consulte ANEXO 1.

Entre ellas, hay 23 empresas cuyas líneas de productos incluyen jamón (incluyen las empresas que tienen productos de jamón pero no se venden en el mercado chino) como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6 Listado de empresas exportadoras de carne españolas registradas en China

N o.	Approval No.	Name of Plant	Address of Plant	Activities	Producto de Jamón

1	10.00092 /TO	Campofrio Food Group S.A.	Ctra., Toledo-Avila Km 27,4 Torrijos- Toledo	Processing Plant	√
2	10.00159 /H	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Ctra. San Juan Del Puerto S/N, Jabugo, Huelva	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store	√
3	10.00837 /MA	MATADER OS INDUSTRIA LES SOLER, S.A . (MISSA)	PLAZA PROLONGO, 1 CARTAMA, MÁLAGA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store	√
4	10.01672 /MU	ELPOZO ALIMENTA CION, S.A.	AVDA. ANTONIO FUERTES Nº1, ALHAMA DE MURCIA, MURCIA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store	√
5	10.02794 /SA	IBERICOS TORREON SALAMAN CA S.L.	PASEO DELICIAS 67, VILLARES DE LA REINA, SALAMANCA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store	√
6	10.04664 /SA	EMBUTIDO S FERMIN, S. L.	CARRETERA SALAMANCA, ALBERCA(LA), SALAMANCA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store	√
7	10.09362 /BA	MONTESA NO EXTREMA DURA S.A.	CTRA. N-435 KM 234 JEREZ DE LOS CABALLEROS, BADAJOZ	Slaughterhouse, Cutting plant, Processin g Plant, Cold Store	√

8	10.10797 /MA	Fabrica Matadero Y Despiece S.A.	Camino Santa Ines 71 Dcha.Campanillas, Malaga	Slaughterhouse, Cutting plant,Processin g Plant,Cold Store	√
9	10.20191 /SA	Carnicas Joselito S.A.	CALLE SAN ALFONSO, 4,GUIJUELO, SALAMANCA	Processing Plant	√
1 0	10.07810 /TO	Eurocentro De Carnes, S.A.	Vega Del Puente S/N, La Puebla De Montalbán (Toledo)	Slaughterhouse, Cutting Plant,Cold Store	√
1 1	10.04311 /GE	CARNICA BATALLÉ S.A.	AV. DELS SEGADORS, S/N.17421 RIUDARENES (GIRONA).SPAIN	Cutting Plant,Cold Store	√
1 2	10.01204 /B	MATADER O FRIGORÍFI CO AVINYÓ, S.A.	Ctra. De Prats de Llucanes,km.53,5- 08279 Avinyo (BARCELONA),S PAIN	Slaughterhouse, Cutting Plant,Cold Store	√
1 3	10.00018 /SA	PRODUCT OS IBERICOS CALDERO N Y RAMOS S.L.	CALLE FILIBERTO VILLALOBOS,154 GUIJUELO (SALAMANCA)	Slaughterhouse, Cutting plant,Processin g Plant,Cold Store	√
1 4	10.03929 /GE	FRIGORIFI COS COSTA BRAVA, SA	CR Roses,s/n;Vilamall a,Girona	Cutting Plant,Cold Store	√

15	10.15304 /BA	SEÑORIO DE MONTANE RA S.L.	CTRA. ZAFRA- BARCARROTA KM 39,30 SALVALEON Badajoz	Slaughterhouse, Cutting plant,Processin g Plant,Cold Store	√
16	10.02141 /CU	INDS. CARNICAS LORIENTE PIQUERAS , S.A. (INCARLO PSA)	CTRA. NACIONAL 400, KM. 95 Tarancón, CUENCA	Slaughterhouse, Cutting plant,Cold Store	√
17	10.03341 /LE	EMBUTIDO S RODRIGUE Z, S.L.	CTRA. LEON 420 KM 2,7 SOTO DE LA VEGA (LEON)	Slaughterhouse, Cutting plant,Processin g Plant,Cold Store	√
18	10.09978 /GR	RESERVA BATALLE S.L.	POL. TECNOLOGICO ARMILLA- OGIJARES C/SALAMANCA NAVES 44-48, Ogijares, GRANADA	Processing Plant	√
19	10.19744 /BA	ESTIRPE NEGRA S.A.	CTRA STA OLALLA DE CALA FREGENAL DE LA SIERRA KM. 45,5, Frejenal de la Sierra, BADAJOZ	Cutting plant,Processin g Plant,Cold Store	√
20	10.01678 /PO	INDUSTRIA S FRIGORIFI CAS DEL LOURO, S.A.- FRIGOLOU	AVD. GOMEZ FRANQUEIRA, S/N, Porriño (o), PONTEVEDRA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store	√

		RO			
2 1	10.04059 /GE	NOEL ALIMENTA RIA SAU	AV Gaudí, 25 OLOT GIRONA	Cutting plant Cold Store	√
2 2	10.04481 /TO	INDUSTRIA S CÁRNICAS TELLO, S.A.	CTRA. N-401 DE NAVALPINO, KM. 27,8. TOTANES. TOLEDO	Cutting plant Cold Store	√
2 3	10.12386 /MU	GRUPO ALIMENTA RIO DE LORCA, S.L.	CTRA DE CARAVACA S/N. LORCA. MURCIA	Slaughterhouse	√

Fuente: Elaboración propia según GACC y pagina web de las empresas

2.2.3 Las ventas de marcas españolas en China

El método de análisis de muestra se utiliza en esta sección. Se seleccionan varias marcas representativas de jamón español para analizar las estrategias de forma de entrada, selección de productos, promoción y marketing, las que adoptaban por las empresas españolas que han entrado en el mercado chino.

Ya hay introducciones al jamón español en blogs chinos, incluidas las mejores marcas como Sánchez Romero Carvajal y Cinco Jotas. Estos blogs contienen información generalmente sobre la historia del jamón español, conocimientos generales, algunos métodos de alimentación, recetas y restaurantes donde se vende jamón español.

Sin embargo, para la mayoría de los consumidores chinos, el jamón español sigue siendo un alimento desconocido. Aunque el jamón ibérico es mundialmente conocido, la comida española e incluso la cocina mediterránea tienen un público reducido y poca popularidad en China. En comparación con el jamón ibérico, el aceite de oliva español es más familiar para los consumidores chinos.

1. Las marcas españolas de jamón seleccionadas

En la tabla 6, hay un total de 9 empresas que introducen información de marca en las páginas de blogs chinos, ellas tienen minoristas en la red del mercado chino o han abierto tiendas insignia oficiales en China.

Dado que es más fácil recopilar datos como muestras para las marcas que abren tiendas oficiales online, en este artículo se seleccionan un total de 6 marcas como muestra, las que tienen tienda online.

En la tabla 7 muestra las marcas seleccionadas y sus 46 productos.

Tabla 7 Muestra seleccionada de jamón español en mercado chino

Marca	Nombre de planta	Producto	Tipo	Precio (CNY)	Peso (g)	Precio unitario (CNY/g)	Ventas totales
Campofrio	Campofrio Food Group S.A.	Jamón ibérico	Jamón ibérico	499	400	1,25	Sin dato
Campofrio	Campofrio Food Group S.A.	Jamón serrano	Jamón serrano	439	400	1,10	Sin dato
Campofrio	Campofrio Food Group S.A.	Jamón serrano	Jamón serrano	459	640	0,72	Sin dato
Campofrio	Campofrio Food Group S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	999	200	5,00	Sin dato
Campofrio	Campofrio Food Group S.A.	Jamón de cebo ibérico (con hueso)	Jamón ibérico	599 9	800 0	0,75	Sin dato
Campofrio	Campofrio Food Group	Jamón de	Jamón de	799	800	1,00	Sin

o	S.A.	bellota ibérica (con hueso)	bellot a ibéric a	9	0		dato
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	437	70	6,24	1227 8
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	305	40	7,63	3260
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	260	40	6,50	2642
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	381	70	5,44	2599
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	920	140	6,57	910
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellot a ibéric a	221 5	450	4,92	346

cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	695	80	8,69	255
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	5241	840	6,24	112
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	3663	480	7,63	99
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica (con hueso)	Jamón de bellota ibérica	10280	6500	1,58	58
cincojotas	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Jamón de bellota ibérica (sin hueso)	Jamón de bellota ibérica	10800	2800	3,86	33
TORREON	ibéricoS TORREON SALAMANCA S.L.	Jamón de cebo de campo ibérico(50% raza ibérica)	Jamón ibérico	99	50	1,98	360
TORREON	ibéricoS TORREON SALAMANCA	Jamón ibérico	Jamón ibérico	6500	7000	0,93	1

	A S.L.		o				
TORREON	ibéricoS TORREON SALAMANC A S.L.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	220	50	4,40	11
TORREON	ibéricoS TORREON SALAMANC A S.L.	Jamón de bellota ibérica	Jamón de bellota ibérica	165	50	3,30	8
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	ibérico de cebo	Jamón ibérico	198	100	1,98	9096
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	Jamón serrano	Jamón serrano	158	120	1,32	3055
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	Jamón serrano	Jamón serrano	118	100	1,18	2645
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	Jamón ibérico de bellota	Jamón de bellota ibérica	368	80	4,60	1114
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	ibérico de cebo	Jamón ibérico	238	100	2,38	863
Lamontanera	MONTESANO EXTREMADURA S.A.	ibérico de	Jamón de bellota	288	100	2,88	442

	URA S.A.	bellota	a ibérica				
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	ibérico de bellota	Jamón de bellota ibérica	368	80	4,60	439
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	Jamón de cebo ibérico (con hueso)	Jamón ibérico	588 8	750 0	0,79	67
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	Jamón ibérico de bellota	Jamón de bellota ibérica	179 9	400	4,50	46
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	Jamón serrano	Jamón serrano	699	600	1,17	37
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	Jamón ibérico	Jamón ibérico	115 9	600	1,93	31
Lamontan era	MONTESAN O EXTREMAD URA S.A.	Jamón de bellota ibérica (con hueso)	Jamón de bellota ibérica	101 52	750 0	1,35	20
Joselito	Carnicas Joselito S.A.	Jamón ibérico	Jamón de bellota ibérica	408	70	5,83	2184

			a				
Joselito	Carnicas Joselito S.A.	Jamón ibérico	Jamón de bellota ibérica	1160	210	5,52	295
Joselito	Carnicas Joselito S.A.	Jamón vintage	Jamón de bellota ibérica	598	70	8,54	156
Joselito	Carnicas Joselito S.A.	Jamón vintage	Jamón de bellota ibérica	988	140	7,06	31
Joselito	Carnicas Joselito S.A.	Jamón gran reserva	Jamón de bellota ibérica	9999	2100	4,76	5
Estrella de Castilla	PRODUCTOS ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón de cebo de campo ibérico 50% raza ibérica	Jamón ibérico	128	80	1,60	323
Estrella de Castilla	PRODUCTOS ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón ibérico de bellota	Jamón de bellota ibérica	288	80	3,60	256

Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón de cebo ibérico 50% raza ibérica	Jamón ibérico	118	80	1,48	236
Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Paleta de bellota ibérica 50% raza ibérica	Jamón de bellota ibérica	128	80	1,60	85
Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón ibérico de bellota	Jamón de bellota ibérica	828	320	2,59	26
Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón de cebo ibérico 50% raza ibérica	Jamón ibérico	498	320	1,56	18
Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Jamón de cebo ibérico 50% raza ibérica	Jamón ibérico	528	320	1,65	9
Estrella de Castilla	PRODUCTO S ibéricos CALDERON Y RAMOS S.L.	Paleta de bellota ibérica 100% ibérico (con hueso)	Jamón de bellota ibérica	6080	10000	0,61	9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de JD.com y Taobao.com

2. Forma de entrada al mercado chino

En lo que respecta a las empresas mencionadas, las formas más comúnmente utilizadas para ingresar al mercado chino son primero cooperar con agentes o distribuidores, como elegir marcas para abrir tiendas insignia en la plataforma Taobao y la plataforma JD; el segundo es cooperar con grandes empresas de alimentos chinas, como la cooperación entre Elpozo y Yurun Group.

Hay algunas empresas cuyas series de productos contienen jamón, pero aún no han comenzado a exportarlo a China. Por ejemplo, la marca BATALLÉ de CARNICA BATALLÉ S.A. que tienen línea de jamón, pero actualmente solo vende productos cárnicos frescos y carne congelada en el mercado chino.

3. Productos y precios

La tabla 8 muestra la situación del precio unitario por las marcas seleccionadas:

Tabla 8 Precio unitario de marcas seleccionadas

Marca y producto	Promedio: Precio unitario (CNY/g)
Campofrio	1,63
Jamón de bellota ibérica	5,00
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	1,00
Jamón de cebo ibérico (con hueso)	0,75
Jamón ibérico	1,25
Jamón serrano	0,91
cincojotas	5,94
Jamón de bellota ibérica	6,65
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	1,58

Jamón de bellota ibérica (sin hueso)	3,86
Estrella de Castilla	1,83
<hr/>	
Jamón de cebo de campo ibérico 50% raza ibérica	1,60
Jamón de cebo ibérico 50% raza ibérica	1,56
Jamón ibérico de bellota	3,60
Jamón ibérico de bellota	2,59
Paleta de bellota ibérica 100% ibérico (con hueso)	0,61
Paleta de bellota ibérica 50% raza ibérica	1,60
Joselito	6,34
<hr/>	
Jamón gran reserva	4,76
Jamón ibérico	5,68
Jamón vintage	7,80
Lamontanera	2,39
<hr/>	
ibérico de bellota	3,74
ibérico de cebo	2,18
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	1,35
Jamón de cebo ibérico (con hueso)	0,79
Jamón ibérico	1,93
Jamón ibérico de bellota	4,55

Jamón serrano	1,22
TORREON	2,65
Jamón de bellota ibérica	3,85
Jamón de cebo de campo ibérico (50% raza ibérica)	1,98
Jamón ibérico	0,93
Promedio	3,50

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de JD.com y Taobao.com

El precio del jamón depende de muchos factores, como el tipo de cerdo, la tecnología de procesamiento, el posicionamiento de la marca en el mercado, etc. Incluso los productos de la misma marca y del mismo tipo tendrán precios diferentes. Esto se debe a que el precio también depende de factores como la parte del cerdo, el tipo de empaque (simple o de regalo), el tamaño del contenido del empaque, etc.

Para una comparación más conveniente, en este estudio utiliza un método de clasificación más simple, a saber, jamón de bellota, jamón ibérico y jamón serrano.

Como algunas marcas están etiquetadas como jamón de cebo ibérico en el mercado chino, y no todas las marcas describen su etiqueta. Debido a la diferencia de pienso, por ejemplo, el precio de comer bellota y comer cereales, leguminosas, hierbas y pienso, jamón será muy diferente. Por tanto, en todas las muestras tomadas se indica claramente (incluida la bellota que no figura en el nombre del producto, pero la descripción del producto indica que los cerdos comen bellota, como los productos de Joselito) la bellota, está clasificado como Jamón de bellota ibérica. Aquellos que no están claramente indicados o están escritos como mixtos se clasifican como Jamón ibérica.

El resultado del análisis de la muestra se muestra en la tabla 9. Entre todo tipo de muestras, Jamón de bellota ibérica es el que más productos tiene.

Tabla 9 Análisis de muestra según el tipo de jamón

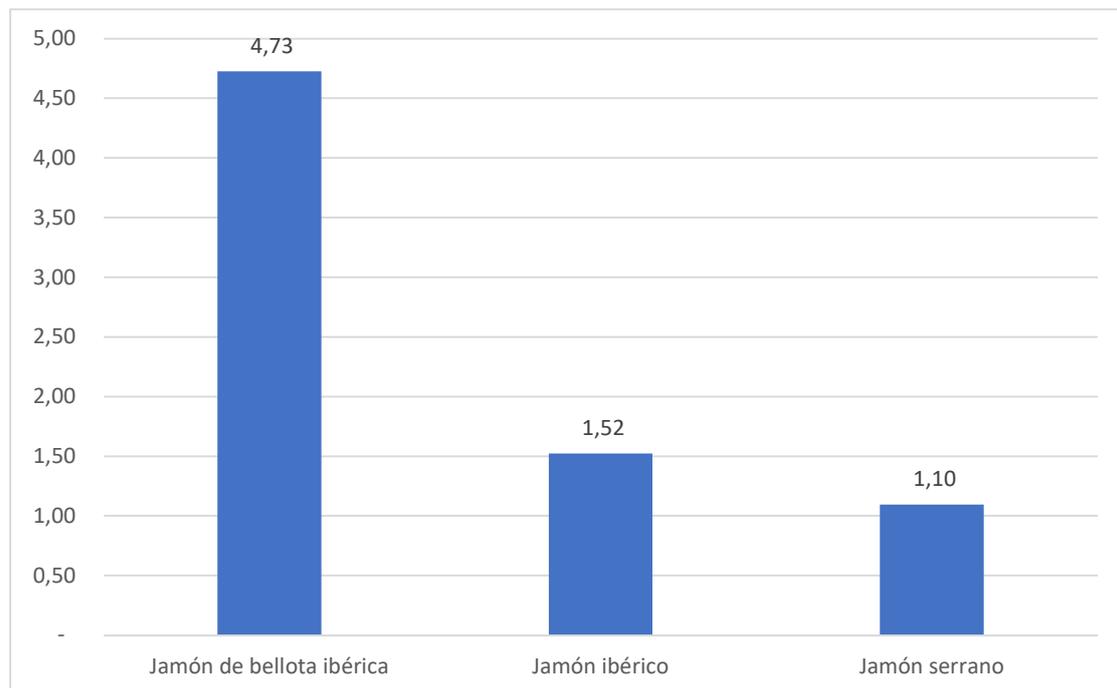
Tipo de jamón	Cantidad
Jamón de bellota ibérica	29,00
Jamón ibérico	12,00

Jamón serrano	5,00
Total	46,00

Fuente: Elaboración propia

Puedes entender fácilmente el precio de estos tres tipos de jamón en el mercado chino en la figura 9, debido a que los productos de Jamón de bellota ibérica son mejores, el precio promedio de todos ellos es mayor. Para obtener información específica sobre precios, consulte la tabla 8.

Figura 9 Promedio: Precio unitario (CNY/g)



Fuente: Elaboración propia

4. Ventas en tienda online

La tabla 10 muestra las ventas de estas 6 marcas en la tienda insignia de la plataforma Taobao en China (Campofrio aún no tiene datos). Este volumen de ventas es el volumen total de ventas de estas marcas en la plataforma Taobao.

Debido al diferente periodo de apertura de tienda de cada marca en la plataforma Taobao y al diferente tiempo de cada producto en el estante. Existe una posibilidad de que un producto ya ha tenido volumen de ventas, se quita ese producto debido a cambios en el empaque, cambios en la estrategia de ventas, cambios en la descripción de la página del producto, etc., el volumen se borra una vez fuera del estante. Cuando se pone en la tienda de otra vez, su venta se calcula desde cero.

Por lo tanto, este volumen de ventas solo se puede utilizar como referencia y no representa el volumen de ventas total real y exacto de cada marca en la plataforma Taobao.

En términos generales, desde la perspectiva de las ventas totales que se muestran en la plataforma Taobao. Cincojotas y Lamontanera tienen las mejores ventas. La tienda insignia de Cincojotas muestra que, a agosto de 2020, esta tienda tiene 4 años de apertura.

Generalmente las tiendas con un tiempo de apertura corto no muestran el tiempo de apertura de su tienda. Esto también es la razón por la dificultad de consultar la fecha de apertura de tienda de las otras marcas en la plataforma Taobao.

Tabla 10 Ventas en Taobao.com

Marca y productos	Total: Ventas totales
Campofrio	Sin datos
Jamón de bellota ibérica	Sin datos
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	Sin datos
Jamón de cebo ibérico (con hueso)	Sin datos
Jamón ibérico	Sin datos
Jamón serrano	Sin datos
Cincojotas	22592
Jamón de bellota ibérica	22501
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	58
Jamón de bellota ibérica (sin hueso)	33
Estrella de Castilla	962
Jamón de cebo de campo ibérico 50% raza ibérica	323
Jamón de cebo ibérico 50% raza ibérica	263

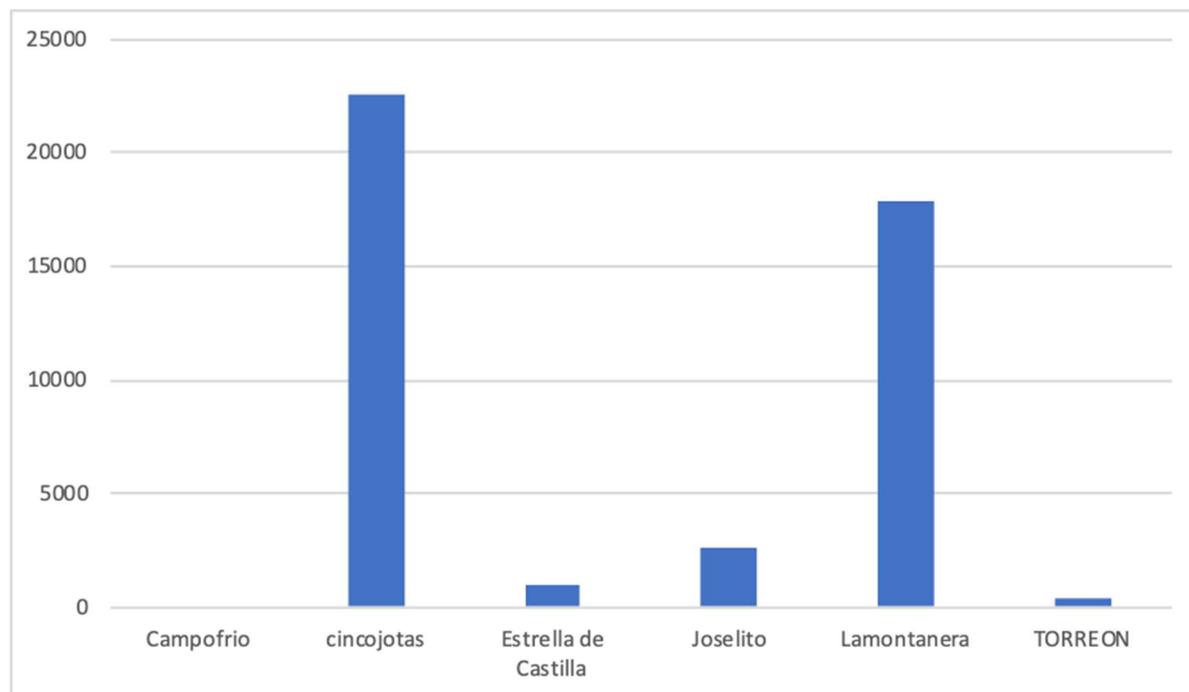
Jamón ibérico de bellota	256
Jamón ibérico de bellota	26
Paleta de bellota ibérica 100% ibérico (con hueso)	9
Paleta de bellota ibérica 50% raza ibérica	85
Joselito	2671
<hr/>	
Jamón gran reserva	5
Jamón ibérico	2479
Jamón vintage	187
Lamontanera	17855
<hr/>	
ibérico de bellota	881
ibérico de cebo	9959
Jamón de bellota ibérica (con hueso)	20
Jamón de cebo ibérico (con hueso)	67
Jamón ibérico	31
Jamón ibérico de bellota	1160
Jamón serrano	5737
TORREON	380
<hr/>	
Jamón de bellota ibérica	19
Jamón de cebo de campo ibérico (50% raza ibérica)	360
Jamón ibérico	1

TOTAL

44460

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 Ventas de las 6 marcas españolas de jamón en Taobao.com



Fuente: Elaboración propia

5. Estrategia de marketing en mercado chino

En cuanto a la presentación del producto, la mayoría de las páginas de presentación del producto contienen videos (filmando las granjas porcinas, las condiciones de vida de los cerdos, parte del proceso de producción, etc.) y presentaciones gráficas exquisitas. En términos generales, los siguientes puntos son más destacados:

- 1) Reputación de jamón español / jamón ibérico en el mundo
- 2) Original importado
- 3) Ibérico (para jamón ibérico)
- 4) Free range
- 5) Bellota (jamón de bellota ibérica)
- 6) Marinado en sal marina
- 7) Tiempo de secado al aire

8) Artesanía tradicional española con un siglo de historia

9) Método de alimentación recomendado (relativamente simple)

Las empresas de la muestra básicamente han agregado presentaciones en chino a sus sitios web oficiales para ayudar a los consumidores a comprender los productos de la empresa. Aunque hay blogs chinos introducen jamón español, contienen poca información, y las redes sociales chinas tampoco no tienen mucha información sobre jamón español.

En la muestra, Lamontanera es la mejor marca española promocionada en la plataforma Taobao. Especialmente en los aspectos de SEO y SEM, así como en el diseño, introducción y recetas recomendadas de páginas de tienda online.

El posicionamiento general de las marcas españolas de jamón en el mercado chino es de alta gama, por lo que algunos productos de marca de la muestra son principalmente juegos de regalo.

2.3 Análisis de los competidores chinos

2.3.1. Jamón chino famoso

Los jamones más famosos de China son Jinhua Jam y Xuanwei Ham. Según el artículo 3 de AGREEMENT BETWEEN THE EUROPEAN UNION AND THE GOVERNMENT OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA ON COOPERATION ON, AND PROTECTION OF, GEOGRAPHICAL INDICATIONS, Xuanwei Ham y Jinhua Ham se encuentran entre el segundo lote de marcas chinas protegidas por el Acuerdo de referencia China-Europa.

1. Jamón Jinhua

El jamón Jinhua, producido en la ciudad Jinhua, provincia Zhejiang, es un producto protegido por la Indicación Geográfica Nacional de China.

El jamón Jinhua es de color brillante, rico en aroma, blanco y distinto, la carne magra es fragante y dulce, la carne grasa es fragante pero no grasosa, deliciosa, salada y dulce, y es famosa por su color, fragancia, sabor y forma.

Es rico en proteínas y grasas, una variedad de vitaminas y minerales; se elabora durante el invierno y el verano, y después de la fermentación y descomposición, los nutrientes son absorbidos más fácilmente por el cuerpo.

Durante el proceso de fermentación del jamón Jinhua durante varios meses, bajo la acción combinada de ácido, álcali o enzima, puede descomponer hasta 18 tipos de aminoácidos, 8 de los cuales son aminoácidos esenciales que el cuerpo humano no puede sintetizar por sí mismo.

Debido a las diferentes materias primas, temporadas de procesamiento y

métodos de curado, el jamón Jinhua tiene muchas variedades diferentes.

2. Jamón Xuanwei

El jamón Xuanwei, producido en la provincia de Yunnan, China, lleva el nombre de su producción en la ciudad de Xuanwei. Su calidad es lo suficientemente buena como para representar los productos de jamón de Yunnan, por lo que a menudo se le llama "Yun Tui".

Figura 11 Foto de Xuanwei Ham



Fuente: Baidu.com

El jamón Xuanwei tiene una larga historia, comenzando a más tardar en la dinastía Ming (siglos XIV al XVII). Desde entonces, se ha hecho famoso y se ha exportado a Hong Kong, Singapur y otros lugares.

La formación del jamón Xuanwei depende del entorno geográfico y climático único de Xuanwei. Xuanwei se encuentra en el noreste de Yunnan, con un clima de invierno frío, adecuado para curar tocino. El tiempo de curación del jamón Xuanwei es desde el comienzo de las heladas hasta el final del comienzo de la primavera todos los años, principalmente desde el Solsticio de Invierno² (21-23 diciembre) hasta el Frío Liger (5-7 enero). El método de decapado consiste en sacrificar los cerdos locales, exprimir toda la sangre, agregar sal y frotar. Luego pasa por los procesos de encurtido, fermentación y

² Pertenece a los 24 términos solares o 24 períodos solares, se refieren a los términos climáticos que representan los cambios de estación según el calendario lunar chino.

secado al aire, y es encurtido después del Festival del Bote del Dragón³ (14 de junio) el año siguiente.

El jamón Xuanwei se puede comer de diversas formas. Se puede freír, cocer al vapor, hervir o cortar en trozos. Jamón Xuanwei tiene buen color, aroma y sabor. La forma exquisita de comer es cocinar y comer en una cazuela, para que puedas degustar el delicioso jamón Xuanwei.

Durante mucho tiempo, ha sido conocido por su rica nutrición, carne tierna, fuerte fragancia y aroma y dulzura salados, y los consumidores lo consideran un regalo precioso para familiares y amigos. Según el informe de análisis nutricional y los resultados del análisis de pruebas del Instituto de Nutrición de Beijing y el Centro de Pruebas de la Academia de Ciencias de Yunnan, el jamón Xuanwei contiene 19 tipos de aminoácidos (incluidos los 8 aminoácidos esenciales que el cuerpo humano no puede sintetizar), 11 vitaminas y 9 Tipo de oligoelementos.

2.3.2 Productos de Jinhua y Xuanwei

Dado que la mayoría de las muestras de jamón español que se venden en la plataforma Taobao están empaquetadas en cajas de regalo, las muestras de jamón chino seleccionados también son los que se empaquetan en regalo.

Jamón Jinhua tiene una historia de nueve años en la tienda oficial de la plataforma Taobao. Como se ha mencionado anteriormente en sección 2.2.3, el volumen de ventas que se muestra a los consumidores en la plataforma no representa con precisión el volumen de ventas real del producto, pero se puede utilizar como muestra de referencia para la investigación.

Jamón Xuanwei también lanzó una serie de lonjas de jamón crudo y piernas enteras listas para comer.

Tabla 11 Muestra de Jinhua y Xuanwei

Marca	Producto	Precio(CNY)	Peso /g	Precio unitario CNY/	Ventas totales
-------	----------	-------------	---------	----------------------	----------------

³ El Festival del bote del Dragón (también Fiesta de Duanwu) es una fiesta de la compleja tradición espiritual y religiosa china.

					g	
Jinhua		Jamón con hueso	248	2000	0,12	100025
Jinhua		Jamón con hueso	168	1000	0,17	22850
Jinhua		Jamón con hueso	398	3000	0,13	35082
Jinhua		Jamón con hueso	478	3500	0,14	16070
Jinhua		Jamón con hueso	428	3000	0,14	7323
Jinhua		Jamón con hueso	308	2500	0,12	995
Jinhua		Jamón con hueso	138	320	0,43	968
Xuanwei		Jamón con hueso	533,8	3600	0,15	2000
Xuanwei		Jamón con	673,8	4500	0,15	3361

		hueso				
Xuanw ei		Jamón con hueso	768,8	5000	0,15	515
Xuanw ei		Jamón con hueso	898,8	6000	0,15	489
Xuanw ei		Jamón con hueso	353,8	2000	0,18	358
Xuanw ei		Jamón deshues o	398,8	2000	0,20	632
Xuanw ei		Jamón deshues o	158,8	800	0,20	1043
Xuanw ei		Jamón con hueso	3980,8	1000 0	0,40	23
Xuanw ei		Jamón con hueso	2023,8	6000	0,34	53
Xuanw ei		Jamón con hueso	2987,8	6000	0,50	24

Xuanwei		Jamón	80,8	60	1,35	721
Xuanwei		Jamón	99,9	60	1,67	232

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Taobao.com

2.3.3 Precio

La table 12 muestra los precios unitarios y ventas totales por tipo de producto en plataforma de Taobao.

Tabla 12 Precio unitario y ventas totales de Jinhua y Xuanwei

Marca y producto	Promedio: Precio unitario (CNY/g)	Total: Ventas totales
Jinhua Ham	0,18	183313
Jamón con hueso	0,18	183313
Xuanwei ham	0,45	9451
Jamón	1,51	953
Jamón con hueso	0,25	6823
Jamón deshueso	0,20	1675
Total	0,35	192764

Fuente: Elaboración propia

2.4 Comparación entre las marcas españolas y las competidores chinos

2.4.1 Producción de jamón

En general, el proceso de producción del jamón español y del jamón chino es similar, y todos pasan por los pasos de decapado, guarda y secado. Las

principales diferencias entre los dos son:

I. Raza de cerdo.

El jamón español es más famoso del cerdo de raza ibérica, es decir, el jamón ibérico, mientras que el jamón chino generalmente utiliza carne de cerdo criada cautivo. Además, el jamón español también se clasifica según la forma en que se crían los cerdos, como el tamaño de la granja y el tipo de pienso para los cerdos. El jamón chino generalmente no se clasifica según el origen del pienso de cerdo.

II. Tiempo de producción

Generalmente, el tiempo de producción del jamón chino es más corto que el del español. Por ejemplo, el jamón ibérico suele tardar unos 20 meses, los de alta calidad suelen llegar a más de 36 meses, y el tiempo de producción del jamón Jinhua suele ser de unos 100 días.

III. El jamón chino también tiene unos métodos de preparación completamente diferentes al jamón español.

Como encurtir según la temporada, fumar con hojas de bambú, etc.

2.4.2 Cocción del jamón

Aquí, los métodos de cocción del jamón español hacen referencia a los métodos introducidos en la red china, como el método de cocción introducido en el blog, el método de cocción recomendado en la introducción del producto en su tienda online por las marcas españolas en la plataforma Taobao, etc.

Considerando que los dichos métodos son los que los consumidores chinos regulares pueden obtener información sobre cómo usar el jamón español en la red china.

Tabla 13 Métodos de cocción habituales del jamón español y chino

	¿Cómo cocinar?
	1. No emparejes nada, come directamente
Jamón español	2. Con salad



3. Con vino



4. Con pan (Baguette)



5. Con patatas fritas y huevos



Jamón chino

1. Estofado



2. Salteado



3. Con arroz

		
4. Condimento		

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 Productos y precios

Tabla 14 Comparación de productos y precios entre jamón español y chino

	Característica de muestra	Precio medio unitario de muestra
Jamón español	Mayormente rodajas finas sin hueso	3,5 CNY/g
Jamón chino	Mayormente jamón con huesos y en formato cuadrado	0,35 CNY/g

Fuente: Elaboración propia

Además de los productos que se venden en patas enteras, los jamones españoles y chinos tienen una forma claramente diferente.

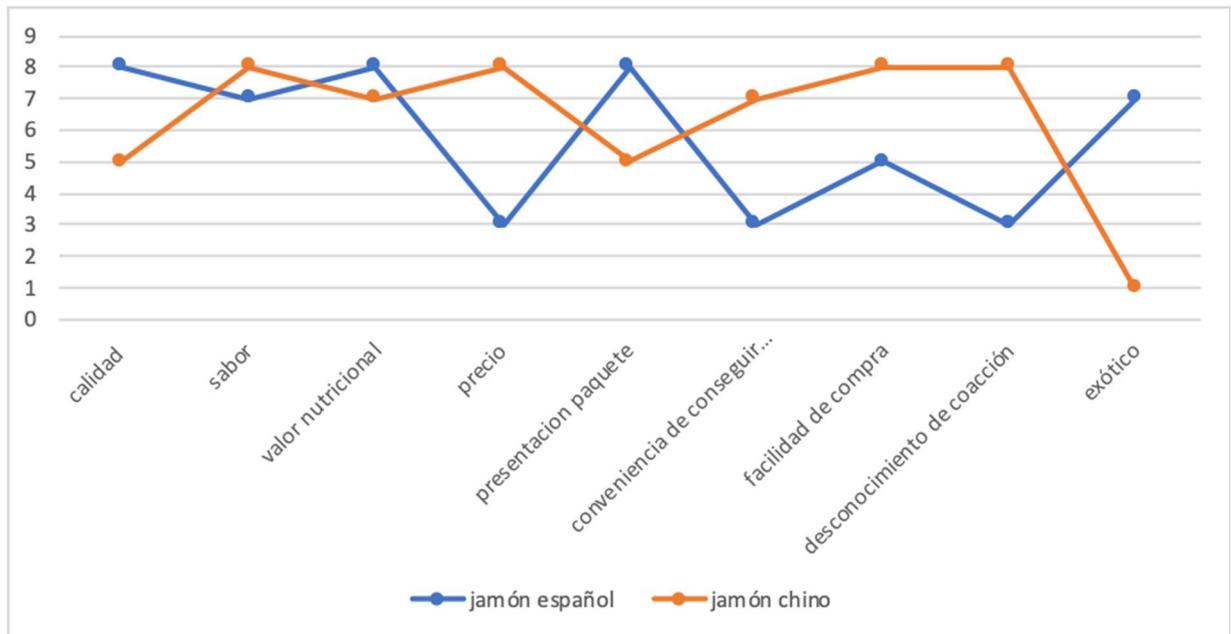
En cuanto a precio, el precio de los productos españoles es muy superior al de China.

Además, se puede ver claramente en las tablas 10 y 12 que las ventas de jamón de China son significativamente más altas que las de España.

2.4.4 El escenario estratégico

Combine los datos de muestra seleccionados y compárelos y analícelos con los anteriores. Califique según precio, calidad, etc. (rango de 1 a 10 puntos) y obtenga la figura comparativa 12.

Figura 12 Escenario Estratégico de jamón español y jamón chino



Fuente: Elaboración propia

Estos factores son:

- **Calidad:** Se refiere a la calidad indica en introducción del producto de la muestra seleccionada anteriormente, de mala a buena, 1-10
- **Sabor:** Se refiere a la delicia indica en introducción del producto de muestra seleccionada de jamón. Cuanto mayor sea el número, mejor será el sabor.
- **Valor nutricional:** Se refiere a la composición de nutrientes del jamón en la introducción del producto de muestra elegida, cuanto mayor sea el número, mejor será la nutrición.
- **Precio:** se refiere al precio medio de la muestra, cuanto más barato es el precio, mayor es el número
- **Presentación paquete:** se refiere al empaque del jamón indica en la introducción de producto de la muestra. Cuanto mayor sea el número, más hermoso será el empaque
- **Conveniencia de conseguir acompañamientos:** Se refiere a lo fácil que es para los consumidores chinos obtener ingredientes para cocinar jamón. Cuanto mayor sea el número, más conveniente
- **Facilidad de compra:** Se refiere a la conveniencia de los consumidores chinos para comprar jamón, cuanto mayor es el número, más conveniente es comprar jamón.
- **Desconocimiento de coacción:** se refiere la dificultad de que los consumidores chinos lograr información de cocinar jamón, incluido el

conocimiento de los métodos de cocción y la dificultad de obtener las recetas comunes de jamón. Cuanto mayor sea el número, más fácil lograr las dichas informaciones para cocinar jamón.

- **Exótico:** Se refiere a si el producto de jamón es un producto extranjero, y si genera curiosidad y ganas de probar en los consumidores por su sabor exótico. Cuanto mayor sea el número, mayores serán las costumbres exóticas.

Capítulo 3 Análisis DAFO de las marcas españolas

En el segundo capítulo se utiliza el método de análisis PEST para analizar el entorno del mercado chino, luego se analiza la situación del negocio de la empresa española de jamón en China y se introduce la situación de los competidores chinos. Finalmente, se comparan las diferencias entre jamón de los dos países. Este capítulo es un resumen de la narrativa y el análisis del Capítulo 2.

3.1 Factores externos: Oportunidades y amenazas

Oportunidades

- a) Acuerdo bilateral chino-español, el jamón con hueso se puede exportar a China
- b) El mercado chino continúa abriéndose al mundo, como el establecimiento de Hainan Free Trade Port, que ofrece una opción más conveniente para que las empresas españolas ingresen al mercado chino. Por ejemplo, el jamón se puede vender en la tienda libre de impuestos del Hainan Free Trade Port.
- c) China es una economía muy grande y está creciendo. En el contexto de la epidemia del coronavirus y la recesión económica mundial, aún puede mantener una cierta tasa de crecimiento, lo que indica que la economía tiene una gran capacidad para resistir los riesgos.
- d) No hay riesgo de inflación y la economía es generalmente estable.
- e) Un gran número de personas de altos ingresos
- f) China es el mayor importador de carne del mundo y comercia frecuentemente con España en importaciones de carne de cerdo.
- g) China tiene la tradición de comer jamón
- h) La tecnología de rápido desarrollo, la infraestructura completa y los sistemas logísticos promueven el desarrollo de la economía digital de China.

Amenazas

- a) Existen muchos procedimientos de exportación, como registro, certificación, etc.

- b) El impacto de la epidemia de coronavirus o la posible peste porcina
- c) Afectados por la fricción comercial entre China y los EE. UU. Y el desarrollo económico mundial a la baja, existe el riesgo de fluctuaciones del tipo de cambio.
- d) China importa muy poco jamón desde todo el mundo, pero las importaciones de jamón español han mostrado una tendencia creciente en los últimos tres años. Esto muestra que la demanda de jamón de China está aumentando, pero hasta ahora, todavía está muy por debajo de otros mercados globales.
- e) La mayoría de la gente sabe muy poco sobre el jamón español.
- f) La forma en que los chinos comen jamón es diferente a los españoles

3.2 Factores internos: Fortalezas y debilidades

Fortalezas

- a) El jamón español es conocido en todo el mundo. En comparación con las marcas chinas, las marcas españolas se posicionan más de gama alta
- b) Excelente calidad de producto

Debilidades

- a) Los precios son mucho más altos que los competidores chinos.
- b) Hasta ahora, el grupo de consumidores chinos que consumir jamón español es relativamente pequeño
- c) Falta de popularización del conocimiento del jamón español en mercado chino. Por ejemplo, algunas marcas juntan bellota y serrana, lo que inducirá a error a los consumidores, que crean erróneamente que estos dos tipos de jamón tienen la misma calidad.

Capítulo 4 Análisis de nuevas oportunidades de jamones españoles en China

Este capítulo aplica la estrategia del océano azul para discutir nuevas oportunidades para el jamón español en China. Primero, se usa El mapa de utilidad del comprador y los tres niveles de no clientes, y luego se usa 6 Caminos para explorar estas nuevas oportunidades en profundidad.

4.1 El mapa de utilidad del comprador de Jamones españoles

Se usa el mapa de utilidad de comprador para obtener una visión general a través de análisis de los puntos de dolor ocultos.

Definición de los conceptos:

Compra: El comportamiento de compra de los consumidores individuales

Entrega: No hay significado en Entrega en este caso

Uso: La manera de comer jamón

Complementos: Productos que se consume con jamón

Mantenimiento: La manera y fecha de mantener jamón

Eliminación: Empaque de jamón

Tabla 15 Mapa de utilidad del Comprador sector Jamón español

		Compra	Entrega	Uso	Complementos	Mantenimiento	Eliminación
Las 6 palancas de utilidad	Productividad de cliente	Las compras en línea generalmente se pueden recibir en un plazo de 2 a 4 días.		Necesita saber cómo comer	se puede comer con otro producto, pero no es preciso		
	Simplicidad	Cómodas compras en línea Las tiendas físicas solo están disponibles en las principales ciudades como Beijing Shanghai		Fácil para comer		Fácil mantener antes de abertura	
	Practicidad	No puede comprar en la mayoría supermercados			Los ingredientes auténticos son difíciles de conseguir	conveniente	
	Reducción del riesgo			Debido al método incorrecto de comer o cocinar, afecta la evaluación del comprador de su delicia			

	Diversión e imagen	Que tiene buena reputación		Puede elegir complementos lo que quiera el consumidor			
	Respeto al M.ambiente						Problema de sobre embalaje

Fuente: Elaboración propia

4.2 Los tres niveles de no clientes de Jamones españoles

Primer nivel: Los consumidores les gusta comer jamón español y saber la manera de cómo comer y cocinar, pero no pueden comprar ingredientes auténticos que combinen con jamón en China

La estrategia del primer nivel: En cuanto a las tiendas online, se recomienda añadir productos complementos de jamón español en el catálogo de producto, como baguette francés, pan de trigo duro, etc.

Figura 13 Ejemplo de pan duro



Fuente: [Mercadona.com](https://www.mercadona.com)

Segundo nivel: La gente a quien le gusta jamón, pero no sé cómo comer jamón español.

La estrategia de segundo nivel: Proporcionar instrucciones sobre cómo comer el jamón español, como método de consumo directo, que indica debe acompañar cual complementos, y recetas de cocina, etc.

Tercer nivel: La gente no sabe este tipo de producto

La estrategia de tercer nivel: Promocionar el jamón español a través de las redes sociales, se puede cooperar con los influencers, con el fin de dar a conocer a dicho cliente sobre el jamón español y su famosa reputación en el mundo.

4.3 Reconstrucción de las fronteras del mercado a través de 6 Caminos

En esta parte se muestra los seis caminos brevemente. Son las ideas sobre averiguar cómo llegar la estrategia de océano azul para jamón español rehacer las fronteras del mercado chino aplicando la metodología de seis caminos.

1. Explorar sectores alternativos

No aplica

Este artículo analiza principalmente nuevas oportunidades para el jamón español en

el mercado chino, por lo que explorar sectores alternativos no es aplicable.

2. Explorar otros grupos estratégicos de tu sector

Puede atraer a los clientes con sus nuevos grupos estratégicos en el sector de jamón.

Puede explorar recetas que sean más adecuadas para los gustos de los consumidores chinos, incluido el uso de ingredientes disponibles localmente para acompañar el jamón español.

3. Explorar la cadena de compradores

No todos los consumidores son iguales. Con un consumidor diferente el objetivo o la manera de uso del mismo producto puede ser diferente. Además, es necesario señalar que los consumidores no siempre son los usuarios. La decisión de compra del comprador se verá influenciada por las opiniones de líderes de opinión, anuncios, familiares y amigos. Las marcas españolas pueden desafiar la definición de los grupos de compradores de jamón español para descubrir un océano azul desconocido.

La manera en la que se usa el jamón español es:

Contratar a unos líderes de opinión que hacen videos del proceso de cocinar con uso de jamón español en platos innovadores en redes sociales chinas.

Cooperar con programas de televisión para producir programas de televisión sobre jamón español, como programas de comida y programas de entretenimiento. Por ejemplo, algunos programas de entretenimiento en China involucrarán a actores y celebridades, compartiendo sus vidas, no limitándose a viajar, probar cosas nuevas, etc. Por ello, en los programas de televisión, los famosos presentarán el jamón español y compartirán su experiencia gastronómica que tendrá un efecto promocional muy útil. Porque este tipo de publicidad no solo se limita a la televisión, también se extenderá a Internet. De esta forma, más consumidores chinos aprenderán sobre el jamón español, e incluso se interesarán y aumentarán su deseo de compra.

Introducir los productos de jamón español a los eventos internacionales en ferias chinas, etc.

4. Explorar productos y servicios complementarios

En la mayoría de los casos, los productos y servicios complementarios pueden afectar el valor del producto a sí mismo.

En el caso de jamón español, puede explorar algunos productos o servicios complementarios para añadir su competencia incrementando su atractivo a los consumidores chinos. Por ejemplo, ofrece complementos españoles en tienda online lo que acompañan cuando comer jamón español; el paquete contiene una introducción muy detallada, que incluye métodos de alimentación, alimentos recomendados, recetas, etc.

5. Replantear la orientación funcional y emocional del sector

No aplica

En cuanto a la promoción y posicionamiento actual del jamón español en el mercado chino, su contenido fundamental es principalmente: la buena reputación del jamón español en el mundo, productos de alta calidad, larga trayectoria, gastrónomo especial de alta gama al estilo español etc.

Sus principales clientes son consumidores de gama media-alta, la dirección emocional actual es satisfacer las necesidades de estos consumidores que buscan una cocina de alta calidad, experimentan la cultura gastronómica española y disfrutan de una vida de alta calidad. Ya que su precio es muy superior al de las marcas de jamón chino, y los productos españoles se posicionan como de gama media-alta (su mercado actual de gama media-alta no tiene el mismo nivel de competidores extranjeros en China), solo que se diferencia de las marcas locales chinas, que el posicionamiento de las marcas chinas es económico para todo consumidor, por lo que el posicionamiento actual y la dirección emocional de marcas españolas son los adecuados.

6. Participar en la modelación de las tendencias externas a lo largo del tiempo

Todas las industrias se ven afectadas por tendencias a largo plazo. Si el discernimiento de la compañía sobre tendencias a largo plazo es correcto, puede descubrir un nuevo océano azul y mejorar su competencia mucho antes que sus competidores.

En el caso de jamón español, sus productos pertenecen a la industria de alimentos. Y en el mercado chino de alimentos, existe una tendencia de consumir comida sana y de alta calidad, prueba la gastronomía exótica. La empresa debe ajustar su estrategia comercial a corresponder a su discernimiento de la tendencia de futuro.

4.4 El desarrollo de los tres caminos

En el análisis del Capítulo 2.4 y el Capítulo 3, el dilema actual del jamón español es que el mercado es pequeño, los consumidores chinos tienen poca conciencia del jamón español y la forma en que los chinos comen jamón es diferente a la de España. Para reducir las amenazas, reducir las debilidades, aprovechar las oportunidades existentes y fortalecer sus fortalezas. Entre los 6 caminos analizados en 4.3, los caminos 2, 3 y 4 se pueden usar en combinación.

Bajo esta propuesta:

1. Puede eliminar la **facilidad de cocinar**, porque los consumidores chinos pueden utilizar ingredientes locales para cocinar jamón español de acuerdo con la receta que se adapte a su gusto. De esta manera, se puede eliminar el factor de facilidad de cocinar.
2. Se añadirán **Sabor, conveniencia de conseguir acompañamientos**. Aunque la delicia del jamón español es mundialmente conocida, debido a las diferencias

en las preferencias de sabor y los métodos de alimentación incorrectos, los consumidores chinos tendrán una evaluación más baja del sabor del jamón español. Por lo tanto, proporcionar a los consumidores recetas que se adapten a los gustos de los consumidores chinos aumentará la puntuación de **Sabor**. Para adaptarse mejor a los gustos de los consumidores chinos, estas recetas mejoradas deberían utilizar más ingredientes que se puedan comprar fácilmente en China. De esta forma, los consumidores no tienen que comprar ingredientes autóctonos de España como ingredientes para la elaboración de platos de jamón español, por lo que aumentará la comodidad de compra de acompañamiento.

3. Reducirá el factor **exótico**, porque este sabor mejorado reducirá el estilo español.
4. Crear **conocimiento popularizado**, donde la reputación de jamón español se refiere a expandir la base de clientes al Segundo nivel de cliente, o incluso al tercer nivel de cliente. Dado que el jamón español es actualmente un nicho pequeño en China, el primer nivel de cliente es relativamente pequeño. Con esta propuesta, algunos pioneros intentarán adoptar esta receta mejorada y, tras el éxito, la compartirán en las redes sociales, para que cada vez más chinos aprendan sobre el jamón español.

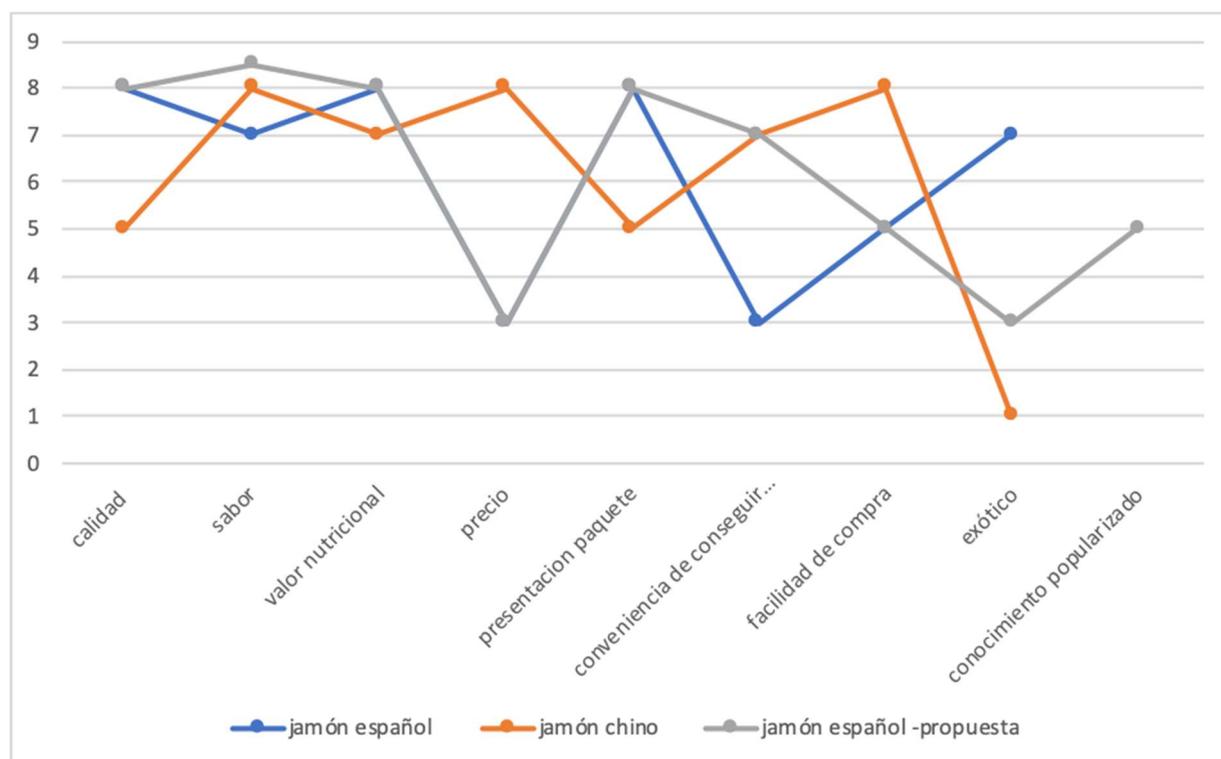
Tabla 16 Matriz de ERIC de la propuesta

Eliminar	Incrementar
Desconocimiento de coacción	Sabor Conveniencia de conseguir acompañamientos
Reducir	Crear
Exótico	Conocimiento popularizado

Fuente: Elaboración propia

El cuadro del nuevo escenario estratégico aplicando la propuesta se muestra en la figura 14:

Figura 14 El escenario estratégico distinto en la propuesta



Fuente: Elaboración propia

Puede ver intuitivamente la curva de adopción de la propuesta en figura 14 que, además de los dos factores de precio y facilidad de compra, se han mejorado significativamente otros factores. Los cuatro mayores problemas resueltos por esta propuesta son: 1. El consumidor chino sabe poco sobre el jamón español; 2. La falta de información sobre los métodos de cocción en China; 3. La preferencia de sabor de consumidores chinos; 4. La conveniencia de obtener productos o comidas acompañadas

CONCLUSIÓN

El Protocolo de exportación del jamón firmado entre España y China en diciembre de 2018 hizo realidad la exportación de España de jamón con hueso y otros productos de jamón a China. Independientemente de si se trata de factores políticos o económicos, el mercado chino está mostrando una tendencia cada vez más abierta, lo que sin duda es una buena oportunidad para inversores y traders externos. Con un mercado enorme, una economía estable y una gran cantidad de consumidores de gama media y alta, China, sin duda, está llena de atractivo.

Aunque afectado por la epidemia del coronavirus, el comercio internacional ha caído drásticamente y el tipo de cambio del renminbi y el euro corre riesgo de volatilidad. Sin embargo, a largo plazo, exportar jamón a China sigue siendo una oportunidad importante de las marcas españolas para abrir el mercado asiático.

China es el segundo mayor importador de carne de cerdo y tiene la tradición de comer jamón. Debido al rápido desarrollo de la economía digital, cada vez más marcas de jamón españolas han optado por abrir tiendas online en Taobao, sin duda, que es una decisión muy acertada.

El mercado de importación de China es tan grande, y las importaciones de jamón español han mostrado una tendencia creciente en los últimos años. Sin embargo, la proporción de las importaciones de jamón es muy pequeña.

Los principales problemas a los que se enfrentan actualmente las marcas españolas de jamón en el mercado chino son:

- La mayoría de los consumidores chinos saben poco sobre el jamón español;
- Los chinos comen jamón de manera diferente;
- Hay muy poca información sobre jamón, recetas y otra información relacionada en China.
- A excepción de las grandes ciudades como Beijing y Shanghái, los residentes de otras ciudades compran jamón español a través de Internet normalmente, y estos residentes son las personas que saben poco sobre el jamón español o incluso sobre la cocina española. Por tanto, las informaciones que ofrecen las marcas españolas en su tienda online son muy importante, porque es posible es la única manera pueden conocer los consumidores de pequeñas ciudades a jamón español.
- Además, debido al alto posicionamiento en el mercado, la mayoría de los productos a la venta son envases de regalo, lo que no resulta atractivo para los consumidores que les gusta compra económica.
- Finalmente, para los consumidores que entienden el jamón español, aunque sepan cómo comerlo, es difícil obtener ingredientes o complementos auténticos para el jamón español en el mercado local.

Sin embargo, el jamón español sigue teniendo una gran ventaja frente a sus competidores en el mercado chino. Entre las principales ventajas destacan: alta calidad, sabor exótico, posicionamiento de alta gama (actualmente no hay otros competidores en el mercado de alta gama), etc.

Con el desarrollo de la economía de China y la mejora de los niveles de consumo de los residentes, cada vez más consumidores de gama media y alta están interesados en productos extranjeros y están dispuestos a experimentarlos.

Por lo tanto, es particularmente importante resolver los principales problemas mencionados anteriormente y aprovechar las oportunidades que brinda el entorno macroeconómico de China.

En general, mediante el análisis de la aplicación de la estrategia del océano azul, para las marcas españolas que actualmente venden jamón en el mercado chino y empresas españolas que quieran entrar en el mercado chino en el futuro, las propuestas que se pueden tomar son:

- Expandir la cadena de consumo y aumentar la conciencia del jamón español entre los consumidores chinos comunes a través de estrategias de marketing y promoción adecuadas.
- Al vender jamón, vender los complementos que le acompaña para cocinarlos.
- Desarrollar más recetas utilizando ingredientes chinos locales o recetas que sean más adecuadas para la preferencia de sabor de los consumidores chinos, etc.

Finalmente, dado que China está comprometida con la promoción de la economía digital, la logística interna de China es muy rápida y económica, por lo que la venta online puede convertirse en el foco de las marcas españolas de jamón para ampliar sus clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Análisis de la situación actual y perspectivas de desarrollo de productos cárnicos en 2020./2020 年肉制品发展现状与前景分析 (s. f.). Qianzhan.com. Recuperado 10 de agosto de 2020, de <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/200414-faeb4397.html>

Beijing logra una cobertura total de las redes 5G independientes/北京实现 5G 独立组全覆盖 . (s. f.). CNI. Recuperado 15 de septiembre de 2020, de http://www.cnii.com.cn/dtxw/202009/t20200910_215311.html

China autoriza la exportación de jamón con hueso español. (s. f.). ICEX. Recuperado 3 de junio de 2020, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/donde-estamos/red-territorial-de-comercio/navegacion-principal/noticias/NEW2019835072.html?idComunidad=14>

¿Cómo distinguir un jamón de bellota y uno de cebo? (2017, 23 octubre). EsIberico. <https://www.esiberico.com/blog/diferencia-entre-un-jamon-de-bellota-y-uno-de-cebo/>

China autoriza la exportación de carne y productos del porcino a ocho nuevos establecimientos españoles. (s. f.). MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. Recuperado 19 de octubre de 2020, de https://www.mapa.gob.es/es/prensa/200408nuevasautorizacionesexportacionesporcinooachina_tcm30-537038.pdf

El segundo lote de 175 indicaciones geográficas chinas estará protegido por la UE dentro de cuatro años/第二批 175 个中国地理标志四年内将受到欧盟保护. (s. f.). Shineon. Recuperado 15 de agosto de 2020, de https://baike.baidu.com/reference/1313271/97acUERBBfrQqk2IniyQDW2p6z9R8pT2KJjxM0FpFRquTUdxQprBjJNCneGdJridoOmG0xcnKq4f2pZcSKkLdWD_78-v_zgoxSt3c_Jcpw

European Central Bank. (s. f.). ECB euro reference exchange rate: Chinese yuan renminbi (CNY). Recuperado 10 de agosto de 2020, de https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-cny.en.html#

Jamón Jinhua/金华火腿. (s. f.). Baidu. Recuperado 15 de agosto de 2020, de <https://baike.baidu.com/item/%E9%87%91%E5%8D%8E%E7%81%AB%E8%85%BF>

Jamón Xuanwei/宣威火腿. (s. f.). Baidu. Recuperado 15 de agosto de 2020, de <https://baike.baidu.com/item/%E5%AE%A3%E5%A8%81%E7%81%AB%E8%85%BF/1313271?fr=aladdin>

Jinhuatmall/金华火腿天猫旗舰店. (s. f.). Tmall. Recuperado 15 de agosto de 2020, de https://jinhua.huotui.tmall.com/shop/view_shop.htm?spm=a230r.1.14.107.74c469954UXkUA&user_number_id=892456892

Main Science and Technology Indicators - OECD. (s. f.). OECD. Recuperado 10 de agosto de 2020, de <http://www.oecd.org/sti/msti.htm>

Ministerio de Industria y Tecnología de la Información: fibra óptica de la aldea administrativa de China, la tasa de cobertura 4G supera el 98%. 工信部: 我国行政村光纤、4G 覆盖率超 98% (s. f.). CHINADAILY. Recuperado 10 de agosto de 2020, de <https://cn.chinadaily.com.cn/a/201908/01/WS5d42a295a31099ab995d6b8b.html>

Oficina Económica y Comercial de España en Shanghai. (s. f.). Estudio de mercado. El mercado de la carne porcina en China 2019. ICEX. Recuperado 2 de julio de 2020, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2019820001.html?idPais=CN>

Página inicio. (s. f.). HAINAN FREE TRADE PORT. Recuperado 15 de julio de 2020, de <http://en.hnft.gov.cn/>

PIB (US\$ a precios actuales) - China, United States, European Union | Data. (s. f.). Banco Mundial. Recuperado 20 de julio de 2020, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2019&locations=CN-US-EU&start=2010&view=chart>

Relaciones-bilaterales. (s. f.). ICEX. Recuperado 5 de junio de 2020, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=CN#1>

Resultados contables preliminares del producto interior bruto (PIB) para el segundo trimestre y el primer semestre de 2020/ 2020 年二季度和上半年国内生产总值 (GDP) 初步核算结果. (s. f.). National Bureau of Statistics. Recuperado 23 de julio de 2020, de http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202007/t20200717_1776516.html

Wikipedia contributors. (s. f.). PEST analysis. Wikipedia. Recuperado 1 de junio de 2020, de https://en.wikipedia.org/wiki/PEST_analysis

XuanweiTmall/ 宣威旗舰店. (s. f.). Tmall. Recuperado 15 de agosto de 2020, de https://xuanweiham.tmall.com/?ali_refid=a3_430583_1006:1150339588:N:wNLbeV5cDFrzQjrtSVHJNA%3D%3D:ac6de5244237dc505db491834a8a4e8f&ali_trackid=1_ac6de5244237dc505db491834a8a4e8f&spm=a230r.1.14.4

Listas de figuras

Figura 1 Evolución de PIB China.....	12
Figura 2 Crecimiento del PIB, EE.UU., UE, China	13
Figura 3 Los cambios en el tipo de cambio entre EURO y CNY	14
Figura 4 Tasa de inflación, precios promedio al consumidor (variación porcentual anual, 2021)	15
Figura 5 Los principales proveedores de producto 0203 importado por China, 2019	16
Figura 6 Principales categorías de importaciones: desde todo el mundo.....	17
Figura 7 Comparación de intensidad de I+D entre USA, OECD, CHN, UE y ESP	20
Figura 8 Evaluación de exportación de jamón a China, 2017-2019	23
Figura 9 Promedio: Precio unitario (CNY/g)	38
Figura 10 Ventas de las 6 marcas españolas de jamón en Taobao.com	41
Figura 11 Foto de Xuanwei Ham	43
Figura 12 Escenario Estratégico de jamón español y jamón chino	51
Figura 13 Ejemplo de pan duro	59
Figura 14 El escenario estratégico distinto en la propuesta	63

Listas de tablas

Tabla 1 Clasificación arancelaria.....	10
Tabla 2 Tasa de crecimiento interanual del PIB, China (%)	13
Tabla 3 Significado de los códigos de producto	21
Tabla 4 Comercio bilateral entre ESP y CHN.....	22
Tabla 5 Porporción de exporyación de jamón español.....	22
Tabla 6 Listado de empresas exportadoras de carne españolas registradas en China	23
Tabla 7 Muestra seleccionada de jamón español en mercado chino.....	28
Tabla 8 Precio unitario de marcas seleccionadas	35
Tabla 9 Análisis de muestra según el tipo de jamón	37
Tabla 10 Ventas en Taobao.com	39
Tabla 11 Muestra de Jinhua y Xuanwei.....	44
Tabla 12 Precio unitario y ventas totales de Jinhua y Xuanwei.....	47
Tabla 13 Métodos de cocción habituales del jamón español y chino	48
Tabla 14 Comparación de productos y precios entre jamona español y chino.....	51
Tabla 15 Mapa de utilidad del Comprador sector Jamón español.....	57
Tabla 16 Matriz de ERIC de la propuesta.....	62

ANEXOS

Anexo 1 Listado de empresas exportadoras de carne españolas registradas en China

No .	Approval No.	Name of Plant	Address of Plant	Activities
1	10.00092/T O	Campofrio Food Group S.A.	Ctra., Toledo-Avila Km 27,4 Torrijos-Toledo	Processing Plant
2	10.00159/H	Sanchez Romero Carvajal Jabugo S.A.	Ctra. San Juan Del Puerto S/N, Jabugo, Huelva	Slaughterhouse, Cutt ing Plant, Processing Plant, Cold Store
3	10.00285/M A	FRIGORIFICO S ANDALUCES DE CONSERVAS DE CARNE, S.A. (FACCSA)	PLAZA PROLONGO, 2, CARTAMA, MALAGA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store
4	10.00837/M A	MATADEROS INDUSTRIALE S SOLER, S.A. (MISSA)	PLAZA PROLONGO, 1 CARTAMA, MÁLAGA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store
5	10.01274/B	MAFRIGES SA	BARRI SERRALLONGA S/N, SANT VICENÇ DE TORELLO, BARCELONA	Slaughterhouse, Cutt ing plant, Cold Store
6	10.01293/B	PATEL S.A.U	CTRA. VIC-OLOT KM.11 L'ESQUIROL, BARCELO NA	Slaughterhouse, Cutt ing Plant, Cold Store
7	10.01672/M U	ELPOZO ALIMENTACIO N, S.A.	AVDA. ANTONIO FUERTES Nº1, ALHAMA DE MURCIA, MURCIA	Slaughterhouse, Cutting Plant, Processing Plant, Cold Store
8	10.02794/S	IBERICOS	PASEO DELICIAS 67,	Slaughterhouse,

	A	TORREON SALAMANCA S.L.	VILLARES DE LA REINA, SALAMANCA	CuttingPlant、 Processing Plant,Cold Store
9	10.03935/G E	FRIGORIFICO S COSTA BRAVA S.A	CT DE RIUDELLOTS A CASSAS/N, RIUDELLOTS DE LASELVA, GIRONA	Slaughterhouse, CuttingPlant、 Processing Plant,Cold Store
10	10.04425/G E	Friselva SA	Ctra. Nii, Riudellots De La Selva,Girona	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
11	10.04664/S A	EMBUTIDOS FERMIN, S. L.	CARRETERA SALAMANCA, ALBERCA(LA), SALAMANCA	Slaughterhouse,Cutt ing Plant, Processing Plant,Cold Store
12	10.09362/B A	MONTESANO EXTREMADUR A S.A.	CTRA. N-435 KM 234 JEREZ DE LOS CABALLEROS, BADAJOZ	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
13	10.10709/Z	The Pink Pig S.A	C/ FRANCIA, 50, PARC. 75 (POL.IND. EL CAMPILLO), ZUERA,ZARAGOZA	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
14	10.10797/M A	Fabrica Matadero Y Despiece S.A.	Camino Santa Ines 71 Dcha.Campanillas, Malaga	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
15	10.15289/C U	CÁRNICAS FRIVALL,S.L.U	Ctra. Nacional 420, Km 424.6 Vilar de Olalla. Cuenca	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
16	10.17362/B U	CARNES SELECTAS 2000 S.A	C/CONDADO DE TREVÍÑO, 73 POLIGONO INDUSTRIAL VILLALONQUEJAR, BURGOS	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
17	10.026472/S A	JAMON SALAMANCA MEAT, S.L.	CTRA. COMARCAL 512,KM 9,6 MOZARBEZ SALAMANCA	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store

18	10.20191/S A	Carnicas Joselito S.A.	CALLE SAN ALFONSO, 4,GUIJUELO, SALAMANCA	Processing Plant
19	10.21332/S A	Matadero Frigorifico De Fuentes El Navazo S.L.	POLIGONO SECTOR UBZ-1 PARCELA 2, FUENTES DE BEJAR, SALAMANCA	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
20	10.07810/T O	Eurocentro De Carnes, S.A.	Vega Del Puente S/N, La Puebla De Montalbán (Toledo)	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
21	10.17858/Z	Bopepor, S.L.	POLIGONO MONTE BLANCO,PARCELAS, A4 - A6 - A10 - A12 GALLUR, ZARAGOZA	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
22	10.00655/B	LE PORC GOURMET SA.	Cr Industria, 20 Santa Eugenia de Berga(Barcelona)	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
23	10.05357/G E	OLOT MEATS, S.A.	Poligon Industrial Pla De Baix Avinguda Europa 8, OLOT,GIRONA, SPAIN	Slaughterhouse
24	10.20874/G E	CARNIQUES CELRA, SL	POLÍGON INDUSTRIAL CELRÀ,CARRER DEL TER S/N, CELRA,GIRONA, SPAIN	Cutting Plant,Cold Store
25	10.10179/G E	FRIG. DEL NORDESTE SA(NORFRISA -PORQUI)	CT N-II, P.K. 707,5, RIUDELLOTS DE LA SELVA, GIRONA, SPAIN	Slaughterhouse
26	10.04311/G E	CARNICA BATALLÉ S.A.	AV. DELS SEGADORS, S/N.17421 RIUDARENES (GIRONA).SPAIN	Cutting Plant,Cold Store
27	10.01204/B	MATADERO FRIGORÍFICO AVINYÓ, S.A.	Ctra. De Prats de Llucanes,km.53,5-08279 Avinyo (BARCELONA),SPAIN	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store

28	10.00018/S A	PRODUCTOS IBERICOS CALDERON Y RAMOS S.L.	CALLE FILIBERTO VILLALOBOS,154 GUIJUELO (SALAMANCA)	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
29	10.07957/Z	CARNICAS CINCO VILLAS, S.A.U	POLIGONO VALDEFERRIN,PARCEL A 7-12 EJE A DE LOS CABALLEROS(ZARAGO ZA)	Slaughterhouse,Cutt ing Plant,Cold Store
30	10.04472/B	GRUP BAUCELLS ALIMENTACIÓ , S.L.	Polígon Industrial Malloles, CR Molí del Llobet, 53 – VIC - Barcelona	Cutting plant, Cold Store
31	10.03950/L	FORTUNE PIG SL	CT de Torregrossa, 63,MOLLERUSSA, LLEIDA	Slaughterhouse,Cutt ing plant, Cold Store
32	10.03929/G E	FRIGORIFICO S COSTA BRAVA, SA	CR Roses,s/n;Vilamalla,Giro na	Cutting Plant,Cold Store
33	10.08224/B	ESCORXADO R FRIGORIFIC D'OSONA SA	Polígon Industrial Malloles, CR Sant Llorenç Desmunts, s/n VIC, BARCELONA	Slaughterhouse
34	10.03948/L	CORPORACIO N ALIMENTARIA GUISSONA SA	AV Verge Del Claustre 73, GUISSONA, LLEIDA	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
35	10.025510/Z	INTERNATION AL CASING PRODUCTS, S.L.U.	Carretera Cogullada. MERCAZARAGOZA 65 C/M PARCELA 16 ZARAGOZA	Cutting plant,,Cold Store
36	10.15304/B A	SEÑORIO DE MONTANERA S.L.	CTRA. ZAFRA- BARCARROTA KM 39,30 SALVALEON Badajoz	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store

37	10.02141/C U	INDS. CARNICAS LORIENTE PIQUERAS, S.A. (INCARLOPSA)	CTRA. NACIONAL 400, KM. 95 Tarancón, CUENCA	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Cold Store
38	10.08166/B	INDUSTRIAS CARNICAS MONTRONILL S.A.U	Polígon Industrial les Casasses Carrer Cantonigròs 10-12 parcel.la 13-14 VIC (Barcelona)	Cutting plant,Cold Store
39	10.08934/B A	MAFRESA EL IBÉRICO DE CONFIANZA S.L.	CTRA Fregenal-Sevilla km. 2 Fregenal de la Sierra (Badajoz) SPAIN	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant
40	10.07986/B	COSTA FOOD MEAT SL	Polígon Industrial Malloles, CR Sant Llorenç Desmunts, 40 VIC BARCELONA	Cutting plant,Cold Store
41	10.03341/LE	EMBUTIDOS RODRIGUEZ, S.L.	CTRA. LEON 420 KM 2,7 SOTO DE LA VEGA (LEON)	Slaughterhouse,Cutt ing plant,Processing Plant,Cold Store
42	10.027366/ MU	LA COMARCA MEATS S.L.U	CARRETERA DE CARAVACA, DIPUTACION DE RIO, ANTIGUA FABRICA DE CEMENTOS EL RIO, Lorca, MURCIA	Cutting plant,Cold Store
43	10.03987/G E	FRIGORIFICO S UNIDOS S.A	CT N II, KM 707,5. RIUDELLOTS DELA SELVA. GIRONA	Cutting plant,Cold Store
44	10.09978/G R	RESERVA BATALLE S.L.	POL. TECNOLOGICO ARMILLA-OGIJARES C/SALAMANCA NAVES 44-48, Ogijares, GRANADA	Processing Plant

45	10.03924/B	CARNICAS SOLA SA	CM Reial El Polvorí 10-12, GURB, BARCELONA	Cutting plant Cold Store
46	10.11137/G E	PERNILS LLEMENA SA	CT Girona A Les Planes Km 23, SANT ANIOL DE FINESTRES, Girona	Processing Plant
47	10.06579/G E	CARNIQUES DE JUIÀ SA	PG DE SIRES S/N, Juia, GIRONA	Cutting plant, Cold Store
48	10.19744/B A	ESTIRPE NEGRA S.A.	CTRA STA OLALLA DE CALA FREGENAL DE LA SIERRA KM. 45,5, Frejenal de la Sierra, BADAJOZ	Cutting plant, Processing Plant, Cold Store
49	10.01678/P O	INDUSTRIAS FRIGORIFICAS DEL LOURO, S.A.- FRIGOLOURO	AVD. GOMEZ FRANQUEIRA, S/N, Porriño (o), PONTEVEDRA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store
50	10.027284/H U	LITERA MEAT S.L.U.	Carretera NAC. 240, KM 128.5. BINEFAR. HUESCA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store
51	10.01184/B	MATADERO COMARCAL DEL BAGES SL	CT Manresa - Basella, Km 5,7. SANT JOAN DE VILATORRADA. BARCELONA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store
52	10.04578/H	MATADERO DE CUMBRES MAYORES S.A.	CTRA. A FUENTE LEON KM 2. CUMBRES MAYORES. HUELVA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store
53	10.04059/G E	NOEL ALIMENTARIA SAU	AV Gaudí, 25 OLOT GIRONA	Cutting plant Cold Store
54	10.04481/T O	INDUSTRIAS CÁRNICAS TELLO, S.A.	CTRA. N-401 DE NAVALPINO, KM. 27,8. TOTANES. TOLEDO	Cutting plant Cold Store

55	10.03233/S A	MATADERO DE GUIJUELO, S. A.	CARRETERA GENERAL 50 GUIJUELO. SALAMANCA	Slaughterhouse, Cutting plant Cold Store
56	10.12386/M U	GRUPO ALIMENTARIO DE LORCA, S.L.	CTRA DE CARAVACA S/N. LORCA. MURCIA	Slaughterhouse
57	10.00581/M	HERMANOS MORAN, S.L.	CMNO. DEL BARRANCO S/N PARCELA 6. PINTO. MADRID	Cutting plant Cold Store

Fuente: General administration of customs, P.R.CHINA