

# La charcutería triunfa en época de pandemia y restricciones

♦ José Luis Murcia  
Periodista

**Resumen:** Cuando algunos pensaban que la charcutería tradicional o innovada iba a dar paso a nuevas formas de consumo, más estudiadas y trabajadas, las restricciones generadas como consecuencia de la pandemia del COVID, la mayor presencia en casa y la facilidad de su preparación han impulsado el consumo de embutidos y productos cárnicos curados en la mayor parte de los hogares. Los procesados cárnicos triunfan de nuevo.

**Palabras clave:** Charcutería, embutidos, fiambres, comercio, consumo.

El mercado de los embutidos y fiambres en el mundo movieron durante 2020, según el portal Statista, 256.881 millones de euros, de los que 88.563 millones corresponden a salchichas, 47.602 millones a jamones y beicon y 121.381 millones de dólares a fiambres, con un precio medio de 34,06 euros por persona y año y un consumo medio de 5,70 kilos, de los que 0,89 corresponden al primer capítulo, 2,25 al segundo y 2,58 kilogramos al tercero.

La mayor facturación global corresponde a Estados Unidos con 33.475 millones de euros, seguido de Alemania con 24.191 millones, Rusia con 14.711 millones, Francia con 13.290 millones, y Brasil con 10.422 millones de euros.

El mercado ruso ha estado creciendo anualmente hasta 2019 por encima del 2% pero se prevé que en 2020 y siguientes supere ampliamente ese porcentaje. El consumo anual de salchichas se establece en 2,23 millones de toneladas en 2019 y una proyección que podría alcanzar los 2,4-2,5 millones de toneladas en 2020. Las importaciones oscilan entre las 28.500 toneladas de 2015 y las 38.100 de 2017, con 35.000 toneladas en 2019.

El mercado de las salchichas en la Unión Europea movió en 2019 un total de 18.809 millones de euros, con una producción que encabeza Alemania con 1,5 millones de toneladas por valor de 6.355 millones de euros, seguida de Polonia con 547.000 toneladas, España con 525.000 toneladas y 2.175 millones de dólares y Francia con 495.000 toneladas. Las exportaciones las encabeza Alemania con

165.000 toneladas por valor de 788 millones de euros, seguida de Polonia con 109.000 toneladas, Italia y España con 75.000 toneladas y un valor de 548 y 475 millones de euros, respectivamente; Holanda con 56.000 toneladas, Bélgica con 55.000 toneladas y Austria con 50.000 toneladas. El consumo per cápita en 2020 lo encabezan Alemania y la República Checa con 19 kilogramos por persona y año, seguidos de Austria con 16 kilogramos.

Para la publicación norteamericana [www.purewow.com](http://www.purewow.com), las tablas de charcutería, en muchas ocasiones acompañadas de quesos generalmente curados, y panes de diverso origen, triunfan en las mesas internacionales más exquisitas gracias a su amplísima variedad, colorido y fácil presentación. La publicación estima que su presencia en los desayunos continentales se ha incrementado hasta un 400 por cien.

Esta tendencia, que en la feria internacional Foodex 2018 de Birmingham llegó a ponerse en duda por la elevada conciencia vegetariana o vegana de parte de la población, se ha consolidado desde principios de 2020 cuando la Covid-19 irrumpió en nuestras vidas y nos obligó a vivir más, mucho más, de puertas para adentro. Pero es que también ha calado, y al parecer bien hondo, en el grueso de la población que sale a la restauración o visita hoteles, ya que, en buena parte, se decanta por el consumo de este tipo de alimentos.

Lo que también ha llegado para quedarse es el consumo de embutidos más saludables, su combinación con







alimentos de origen vegetal y la práctica, cada vez más extendida, del denominado flexitarianismo, que consiste en mezclar el consumo de cárnicos unos días con el de vegetales, otros. El consumidor mezcla también en su día a día los embutidos tradicionales internacionales (salchichas, jamón, salchichón..., con la nueva oferta culinaria de platos preparados en los que abundan máximas como “Listo para comer”, “Asado relleno”, “Barbacoa”, “Charcutería de diseño”, etcétera. Y donde también juega un importantísimo papel la presentación y el envoltorio (*packaging*), cada vez más atractivo, ecológico y reciclable.

Si el lema, según la revista *Better Homes & Garden*, en un excelente reportaje de Karla Wadish, sobre los 7 Alimentos que serán tendencia en 2021, es hablar y cocinar cada vez más en casa, incrementado hasta el 47% del público norteamericano desde el inicio de la pandemia, la charcutería se convierte en el centro de atención de los alimentos de mayor popularidad en el hogar. La revista asegura que la creatividad de las presentaciones, en plataformas de redes sociales como Pinterest o Instagram, es vital a la hora de popularizar su consumo, especialmente entre los millenials, muy influenciados por los gurús de estas redes y sus hábitos de consumo.

#### CLARA TENDENCIA EN 2021

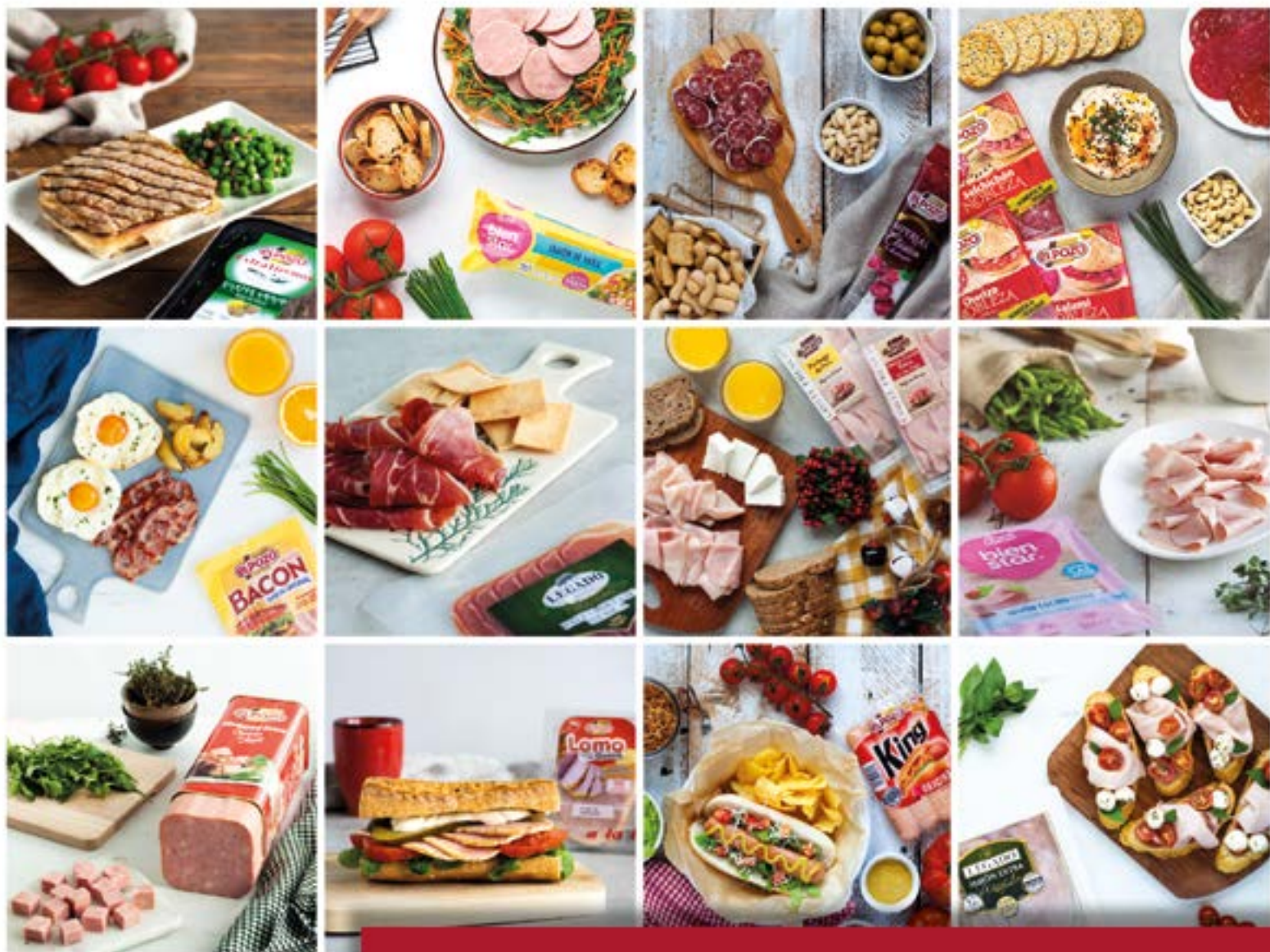
La revista *Deli Business* ([www.delibusiness.com](http://www.delibusiness.com)), por su parte, dedicada a la información sobre embutidos y fiambres cárnicos, publica las Tendencias para 2021. Recuerda que alimentos como el jamón curado, las salchichas

ahumadas o la mortadela tienen una larguísima tradición e historia que se pierde en la etapa del Imperio Romano. Tan es así que en el periodo que va de marzo a noviembre de 2020, en plena pandemia, su facturación en Chicago supuso el 21% de las ventas alimentarias en dólares.

La publicación asegura que cocinar en casa es la nueva normalidad. Y esto hace que crezca el interés por los embutidos tanto en comidas como en cenas, según Terence Martin, vicepresidente de ventas de la empresa D’Artagnan, en Union (Nueva Jersey). Más del 54% de los norteamericanos entrevistados dijeron cocinar en casa desde abril de 2020 y el 51% de ellos ratificaron que seguirán cocinando mucho más a menudo que antes cuando finalice la pandemia. Los niños están encantados, según la publicación, con la preparación de snacks y bocadillos, mientras las innovaciones en fiambres son todo un éxito. En loncheados, hay nuevos productos como el jamón con dulce Kentucky Bourbon, el pavo con chile y lima y el pollo a la barbacoa hawaiana.

Los productos premium son ya considerados por los consumidores con una nota de alta gama o gastronómicos. Tanto en los restaurantes, incluso de elevado caché, como en los hogares la gente se decanta por fiambres de alto nivel como los embutidos curados de inspiración italiana. Pavo, jamón y vacuno asado (*roast beef*) son considerados fiambres de alta gama y cada vez más demandados. Especialmente aquellos más sofisticados como el pavo trufado o el asado de Wagyu, ambos elaborados artesanalmente y con la incorporación de trufas reales.





## Uno más de la familia

Contamos con las más exigentes certificaciones.



En ELPOZO sabemos que las familias se construyen a base de confianza y en la nuestra, todo lo que hacemos es para merecer la tuya. Por eso estamos a tu lado para lo que necesites.

En esta familia se mira al futuro con la convicción y la ilusión de quien lleva preparándose para él toda la vida.



Uno más de la familia

[www.elpozo.com](http://www.elpozo.com)



Por supuesto, sin nitritos, colorantes ni ingredientes artificiales añadidos.

La salud guía al desarrollo de nuevos productos, máxime cuando el 85% de los norteamericanos han cambiado su forma de vida desde el comienzo de la pandemia. Este hecho les lleva a elegir fiambres saludables en su composición como los realizados con pavo, pollo de primer nivel o jamón de pavo.

La necesidad de realizar preparaciones rápidas ha popularizado los fiambres pre cortados, que han pasado desde el 9,8% al 25,5% en dólares y los preparados para llevar que han pasado del 25,1% al 61,1%. Los grandes beneficiados han sido dos productos españoles: el jamón serrano y el chorizo, ambos loncheados y preparados para su consumo. Algo que también ha ocurrido con la *bresaola*, la mortadela o el salami. Todos ellos con una reducción del plástico en el embalaje del 70%.

El consumo de fiambres en la merienda es ahora una costumbre diaria para el 26% de los norteamericanos, según la publicación, pero más del 38% de los consumidores reemplazan comidas o cenas ocasionalmente con embu-

tidos y fiambres, especialmente con la llegada del buen tiempo y, sobre todo, en verano.

La penetración de la charcutería en los menús creció desde el 0,7% de 2009 al 3,4% de 2019, tendencia que va a consolidarse y superarse durante el pasado año y este tanto para meriendas, bocadillos y comidas fáciles en el hogar. Salami, jamón de Parma, almendras, queso y frutos secos es una de las propuestas más populares que ofrece Veroni Aperitime. Algo similar hace otra marca como Fratelli Beretta con una línea de charcutería que introduce jamón de Parma, salami toscano, mozzarella, salami en embutido, olivas negras y verdes, queso *provolone* y almendras tostadas.

El sector de los embutidos ha entrado, cada vez más, en la oferta *on line*. De esta forma, los norteamericanos comienzan a abandonar la presencia física en los grandes lineales y a realizar la cesta de la compra, embutidos incluidos, a través de su ordenador, tableta o teléfono móvil.

## INNOVACIONES EN EL MERCADO CHARCUTERO

La feria SIAL de París, cuya próxima edición será del 15 al 19 de octubre de 2022, considera que el sector de las carnes curadas y saladas es uno de los que más ha innovado, especialmente los jamones curados y salados, los jamones cocinados y el salami. Es el caso de la firma española Embutidos Ortiz que presenta chorizo con algas y con quinoa o la también empresa española Belloterra con salchichas secas con trufa negra; la francesa Salaisons Bentz con jamón cocido con trufas o la belga Belberry que ofrece terrinas con cebolla roja, frambuesas, vino Sauternes y mostaza en grano. En general, son productos más saludables, con poca grasa, escasa sal, sin aditivos ni colorantes y elaborados con animales bien tratados. La firma Fleury Michon ha presentado un jamón orgánico loncheado sin nitritos, sal o conservantes.

Junto a Fleury Michon, Herta es otra de las empresas más innovadoras en el mercado francés, pero las tendencias alimentarias, según Agromedia, han pasado en los últimos años del "made in France", muy útil y apreciado en casi todas las carnes frescas, al uso de marcas de la distribución y a la exaltación de especialidades extranjeras, especialmente españolas e italianas.

Carrefour vende un jamón cocido a las hierbas de Italia o un jamón ahumado de la Selva Negra alemana o un jamón ahumado Speck, de clara influencia italiana también. Frente a las finas tranchas de origen italiano, la española Noel propone un surtido de diversas referencias con jamón serrano, jamón ibérico, chorizo, lomo y otras tapas.

Francia, eso sí, conserva las esencias con productos más sofisticados como el jamón de Bayona, de la empresa Delpeyrat, con tronchas más gruesas al modo y manera galos.



O un plato del sudoeste con jamón de Bayona, jamón de Bayona a la pimienta o *magret* (pechuga) de pato curada. El jamón de “nuestros campos”, es otra de las ofertas de Fleury Michon con cerdo de montaña o jamón ligeramente ahumado y procedente de pequeñas explotaciones.

Además de un giro hacia productos más saludables como el jamón cocido con reducción de sal, el jamón asado de Fleury Michon o menos grasas como las salchichas de cóctel de Jean Caby, el salchichón de Bordeau Chesnel o la badine, una salchicha con más carne y menos grasas; los franceses, o buena parte de ellos, apuestan por la tradición con productos típicos regionales en fiambre como el cochinillo de Aosta, los torreznos ligeros en sal o los torreznos de granja de Herta. O productos más originales e innovadores como las salchichas divinas, a base de pollo asado; el salchichón de pato de Aosta o la morcilla blanca especiada con vieiras y arándanos, además del auge de los embutidos halal, con un claro componente exótico y étnico, elaborados generalmente con carne de pavo.

En España hay dos empresas que se distinguen claramente por la innovación buscando nuevos nichos de mercado. La primera es Pastores Grupo Cooperativo, con sede en Zaragoza y ámbito aragonés, que agrupa a 800 ganaderos con un total de 400.000 ovejas. Su mercado se centra en

el ovino de alta calidad y han sacado al mercado, al modo y manera del jamón tradicional, la pierna de cordero Agnei ibérico, tanto en pieza para cortar con cuchillo jamonero como la misma pierna ya loncheada.

La segunda es Taybaite, ubicada en la localidad gerundense de Montagut, de clara vocación halal y vocación exportadora, especialmente a países árabes como Arabia Saudí. Su charcutería, de la que lógicamente queda totalmente excluido el cerdo, se basa en productos cocidos derivados sobre todo del pollo y el pavo y embutidos curados como el salchichón y el chorizo procedentes no solo de aves sino también de ternera y oveja, además de pastrami y carne de ternera curada.

### LA ENORME POPULARIDAD DE LAS SALCHICHAS

Las salchichas, en todas sus formas, aunque con la vitola de la popularidad de los recurrentes perritos calientes (*hot dog*) o salchichas de Frankfurt, suponen un importante negocio en todo el mundo y, claro está, sobre todo en Estados Unidos, el país que las ha encumbrado, aunque su origen sea alemán. Tan es así que los norteamericanos gastaron en 2019 un total de 5.185 millones de euros en este tipo de embutidos solo en los supermercados nacionales.



Los cuatro motores que definen nuestra actividad y que nos mueven, desde 1960, a seguir trabajando para ofrecer a clientes y consumidores los mejores productos posibles.

**Jamones y  
Embutidos Villar.  
Creadores de sabor.**

## MÁS SALCHICHAS QUE PAÍSES EN EL MUNDO

Hay más especialidades salchicheras que países en el mundo, pero quizás sea el momento de apuntar algunas de las más importantes. Frescas, cocidas o curadas son legión:

**Andouille** es una de las salchichas francesas más conocidas universalmente. Está compuesta de intestinos y estómago. Es también popular, por su origen, en la cocina cajún donde se elabora con carne de cerdo, pimienta, ajo, cebolla, vino y especias. La andouille tradicional es muy especiada.

**Bangers** es originaria de Reino Unido y está preparada con carne y cereales. Puede venderse fresca o precocida.

**Berliner**, de origen alemán, es una salchicha grande y curada de cerdo y vacuno con sal y azúcar como condimentos principales y presentada en rulo o para cortar.

**Bolonia** es una salchicha italiana curada de vacuno y cerdo, finamente cortada, similar a las de Frankfurt y servida en anillos, rollos o para cortar. Tiene diferentes diámetros y se presenta cocida.

**Boterhamworst**, de origen holandés, está elaborada con ternera y cerdo finamente cortados y mezclados con grasa de cerdo y condimentos. Está cocida y ahumada.

**Bratwurst**, de inspiración alemana, está elaborada con cerdo o con cerdo y vacuno, muy especiada y sazónada, con pimienta, salvia y nuez moscada. Puede encontrarse fresca o cocida y siempre va ahumada.

**Braunschweiger** es una salchicha elaborada en Alemania con hígado que contiene, además, un mínimo de un 30% de carne de cerdo, vacuno o hígado de ternera. Puede ser ahumada o cocida y contener entre sus ingredientes carne ahumada también.

**Cervelat**, salchicha suiza ligeramente ahumada y medio curada. Es conocida popularmente como salchicha de verano.

**Chorizo** es uno de los embutidos españoles más conocidos universalmente. Puede venderse fresco, curado o cocido. Es altamente especiado con pimentón, dulce o picante, y ajo y es elaborado con carne de cerdo.

**Frankfurts**, de Alemania, es una combinación de vacuno y cerdo o solo de vacuno curada, ahumada y cocida. En su especiado se incluyen el cilantro, el ajo, los granos de mostaza, la nuez moscada, la sal, el azúcar y la pimienta blanca. Las palabras *frankfurter*, *wiener* o *hot dog* son claramente intercambiables.

**Kielbasa** es una salchicha enorme de cerdo con algo de carne de vacuno, altamente especiada y sazónada con ajo. Es conocida universalmente como la salchicha polaca. Es cocida y ahumada.



**Linguiça** es la típica salchicha de Portugal. Elaborada con carne de cerdo y sazónada con ajo, pimienta, comino y, en ocasiones, canela. Es una salchicha cocida que se pone en salmuera con vinagre para encurtir antes de proceder al relleno de la tripa.

**Bolonia libanesa** es una salchicha semicurada, de origen estadounidense y raíces libanesas, que se elabora en Pennsylvania con buey troceado, ligeramente ahumada, de gusto picante y apariencia oscura.

**Mortadela** es una salchicha italiana compuesta de carne curada de cerdo y ternera a la que se añade porciones de grasa. Está ligeramente especiada con ajo, nuez moscada y cilantro. Se presenta embutida en un diámetro muy grueso.

**Salami** es una salchicha curada, a veces muy especiada y aromas de fermentación. Está hecha con carne de buey y cerdo y sazónada con ajo, sal, pimienta y azúcar. Es ahumada y cocida.

**Viena** es una versión muy parecida a la salchicha de Frankfurt. Puede ser cocinada y/o ahumada.

**Weisswurst**, de origen alemán, como indica su nombre en lengua alemana es una salchicha blanca elaborada con carne de cerdo y ternera, medianamente especiada, y que puede servirse fresca o cocida.

¿Pero qué es exactamente un *hot dog*? La popular salchicha americana es una porción de carne curada y cocinada, generalmente cocida, de cerdo, vacuno, pollo o pavo, o una combinación de dos o más de ellas con el pollo como ingrediente. Además de la carne se incluyen otros ingredientes como agua, especias, ajo, sal, azúcar, mostaza, cilantro y pimienta blanca.

Aunque las salchichas ya eran conocidas en la antigüedad y mencionadas, por ejemplo, en la Odisea, de Homero, en el siglo IX antes de Cristo, las salchichas de Frankfurt o perritos calientes datan de 1487 en el corazón de esta ciudad bañada por el río Meno. Los migrantes de origen

alemán que llegaron a Estados Unidos hicieron populares este producto a partir de 1860 y fue un comerciante llamado Charles Feltman, de origen germano, quien desde su panadería logró vender 3.684 unidades en su primer año de oferta. La exposición de Columbia, en 1893 en Chicago, supuso el lanzamiento de las populares salchichas, que se popularizaron en bares como el San Luis, propiedad de migrante alemán Chris Von de Ahe, durante los partidos de béisbol.

Los residentes en la ciudad de Los Ángeles consumieron durante ese año más perritos calientes que ninguna otra ciudad, 13,60 millones de kilogramos, por encima de



Nueva York o Filadelfia. El aeropuerto O'Hare de Chicago expendió seis veces más perritos que los aeropuertos de Los Ángeles Internacional y de LaGuardia juntos. Los norteamericanos consumieron durante los fastos del Día de la Independencia 150 millones de perritos, lo que supone recorrer cinco veces la distancia entre Washington y Los Ángeles. También, durante el denominado *Peak Hot Dog Season*, del Día de la Memoria al Día del Trabajo, los norteamericanos consumieron 7.000 millones de *hot dog*, alrededor 818 unidades por segundo. Son algunas de las cifras mareantes que ofrece el gigante norteamericano a través de la web [www.hot-dog.org](http://www.hot-dog.org).

Las ventas de salchichas de Frankfurt, según datos de Nielsen, durante 2019 en tiendas minoristas ascendieron a 396 millones de kilos por un importe de 1.923 millones de euros. Los neoyorquinos invirtieron ese año un total de 77 millones de euros en la compra de salchichas de Frankfurt en las pequeñas tiendas, más que cualquier otra ciudad, mientras los residentes en Los Ángeles, segunda en el ranking, se acercaban a los 59 millones de euros. Durante 2019, las ventas de salchichas destinadas a menús de cenas ascendieron a 499 millones de kilogramos, con un incremento del 1,4%, datos que, con seguridad, se han superado durante 2020 como consecuencia de la pandemia. El importe ascendió a 3.261 millones de euros; mientras

las salchichas consumidas en desayunos alcanzaron los 144 millones de kilogramos por importe de 1.029 millones de euros. Las ventas de perritos para cenas las encabeza Nueva York con 85 millones de euros, por delante de Los Ángeles con 82,5 millones de euros y Chicago con 73 millones de euros.

## EL MERCADO ESPAÑOL

El mercado de los elaborados cárnicos, según Alimarket, se ha visto condicionado por la pandemia y el confinamiento y ha tenido un efecto balsámico en los loncheados que habían crecido en interanual hasta mayo de 2020 un 4% en volumen, al pasar de 197.877 a 205.878 toneladas y un 8% en valor desde los 1.958 a los 2.120 millones de euros.

Se han incrementado las ventas en volumen un 15,5% el lomo embuchado blanco e ibérico, el 12,6% el bacon, un 18% el jamón ibérico, un 6,8% el jamón curado en su conjunto, un 3,2% el jamón York y un 1,9% los fiambres de ave, mientras el salchichón bajó sus ventas un 0,6%.

Las marcas de la distribución copan el 66,8% de las ventas en volumen y el 58% en valor. Tras ella se sitúa El Pozo con el 10,4% en volumen y el 8,7% en valor; Campofrío con el

chorizoespanol.es



# Único e inimitable



MIEMBROS DEL CONSORCIO DEL CHORIZO ESPAÑOL:





8,1% en volumen y el 11,2% en valor; Noel con el 2,5% en volumen y el 2,8% en valor; y La Selva con el 2% en volumen y el 1,9% en valor.

La producción de jamones y paletas curados asciende a 65.732 toneladas y mandan las marcas de la distribución con el 54,5% del volumen, seguido de Campofrío con el 9,5% y El Pozo con el 5,8%. Las salchichas, por su parte, son ampliamente dominadas por las marcas de la distribución con el 65,1%, seguidas de Campofrío con el 22,5% y El Pozo con el 8,5%.

Las exportaciones a 2019 ascendieron a casi 160.000 toneladas, mientras importamos algo más de 43.000 toneladas. Las mayores exportaciones correspondieron al capítulo de jamones y paletas curados con 49.139 toneladas, embutidos y pancetas con 67.004 toneladas; y fiambres cocidos con 11.328 toneladas. Mientras las importaciones las encabezan los fiambres cocidos con 21.799 toneladas y embutidos y pancetas con 6.091 toneladas.

Casi todo el mercado se desarrolla en el seno de la Unión Europea. Las mayores exportaciones van a Francia que llega al 26%, seguida de Alemania con el 13%, Reino Uni-

do con el 11,5%, Portugal con el 7,5%. Fuera de la UE, Estados Unidos, que roza el 3%, y México con el 2%. Las compras las encabeza Alemania con el 24,5%, seguida de Italia con el 19%, Francia con el 9,5%, Rumanía con el 9%, Irlanda con el 8% y Dinamarca con el 7,5%.

La empresa más exportadora es Noel con 38.000 toneladas, seguida de El Pozo y Jamones Arroyo con 11.000 toneladas, Grupo Argal con 8.500 toneladas y Campofrío con 8.000 toneladas. ■



## JAMONES Y EMBUTIDOS ESPAÑOLES CON CALIDAD CERTIFICADA

**Los embutidos y procesados cárnicos no solo triunfan en España por su calidad, que la tienen y a raudales, sino por su posicionamiento certificado de productos que vienen avalados por denominación de origen o indicación geográfica protegida, además del prestigio añadido que le otorgan los consumidores con su confianza. Así, en el apartado de jamones ibéricos tenemos que destacar:**

- **DOP Dehesa de Extremadura** que registra 2.100 explotaciones de cerdos de raza ibérica pura o cruzados con duroc-jersey con al menos e 75% de sangre ibérica. Con una maduración, entre 18 y 36 meses, las jamones y paletas se clasifican en bellota, recebo y cebo de campo. Se ubica en dehesas de encinas y alcornoques en las provincias de Cáceres y Badajoz. Las 120 empresas elaboradoras producen anualmente 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas.
- **DOP Guijuelo** abarca 78 municipios del sudeste de Salamanca y con una zona de producción que se extiende por comarcas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura y Andalucía. Los cerdos son mayoritariamente ibéricos, aunque se admiten cruces con duroc-jersey. Los productos tienen un mínimo de curación de dos años. Los jamones se clasifican con ibérico de bellota o ibérico. Cuenta con 872 explotaciones y 89 empresas elaboradoras y comercializan al año 82.891 jamones y 89.268 paletas.
- **DOP Jabugo** está constituido por 31 términos municipales de Sierra de Aracena y Picos de Aroche con un área que comprende zonas de producción en las provincias de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz. En la DOP hay inscritas 39 comercializadoras

que expiden 94.797 piezas, 61.727 de ellas calificadas como jamones summum, máxima designación.

- **DOP Los Pedroches** comprende una zona de producción que comprende 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, en el Norte de Córdoba. Los jamones y paletas tienen que tener un mínimo del 75% de sangre ibérica y pueden cruzarse con duroc, duroc-jersey o largue-black. Pueden ser de bellota o recebo. Cuenta con 151 explotaciones y 15 industrias que comercializan una media de 17.000 jamones y paletas.
- En los cerdos de capa blanca contamos con una DOP y dos IGP que son vanguardia en la elaboración de jamones y paletas. Teruel fue además la primera DOP de jamones en constituirse.





*¡ Un sabor que maravilla !*

# Revilla



AENOR

## RAZA DUROC



Producto de garantía y calidad  
diferenciada, avalado por Tierra de Sabor.

Cerdos de Castilla y León criados en condiciones  
de bienestar animal. Certificado Animal Welfair™.



- **DOP Jamón de Teruel** abarca todas las comarcas de esta provincia y el porcino autorizado es el procedente de los cruces landrace y larga White en hembras y duroc en machos. Los jamones son curados durante un mínimo de 14 meses a más de 800 metros de altitud. Cuenta con 256 explotaciones y 53 industrias que elaboran anualmente una media superior a los 450.000 jamones.



- **IGP Jamón de Serón** es un producto elaborado en el municipio del mismo nombre, en la provincia de Almería. Procede de cerdos machos castrados o hembras de las razas duroc, large White, landrace, blanco belga, pie-train o chato murciano o del cruce entre ellas. Tiene un periodo mínimo de curación de 12 meses.
- **IGP Jamón de Trévez** se sitúa en varios municipios granadinos de la Alpujarra Alta (Trévez, Juviles, Busquitar, La Tahá, Bubián, Capileira y Bérchules) con altitud superior a 1.200 metros. Los jamones se obtienen de cruces de las razas landrace, large White y duroc-jersey. La curación oscila entre 14 y 24 meses. Hay 7 empresas elaboradoras que sacaron al mercado 213.000 jamones.

**Hay otra serie de embutidos y de carnes curadas y/o procesadas que han ascendido a la categoría de IGP. Son el caso de:**

- **IGP Botillo del Bierzo** cuya elaboración comprende 37 términos municipales que conforman la comarca de El Bierzo, entre los que se encuentran Ponferrada, Cacabelos y Villafranca del Bierzo, y dos municipios de Lacia-na, en la provincia de León. Es un producto cárnico embutido en el ciego del animal y elaborado con costillas, rabo de cerdo y magro, aunque se añaden en ocasiones lengua, carrillera, paleta y espinazo. Van ahumados y adobados. Un total de 9 empresas elaboran anualmente cerca de 300.000 kilos de este producto.
- **IGP Cecina de León** incluye todos los municipios de esta provincia. La cecina proviene de la curación de los cuartos traseros de ganado vacuno, preferentemente de las razas arraigadas en la región. Las piezas se ahúman con leña de roble hasta que siete meses después son saladas. Tienen un peso de entre tres y cinco kilos. Las 21 empresas inscritas comercializan 93.000 piezas certificadas.
- **IGP Chosco de Tineo** es un embutido que se elabora en los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de

Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en Asturias. Se presenta crudo, curado y ahumado en ciego de cerdo. El 80% como mínimo es cabecera de lomo y 15% lengua, sal, pimentón y ajo. Tiene sabor agridulce con un suave toque ahumado. Hay 8 industrias elaboradoras.

- **IGP Chorizo de Cantimpalos** comprende un área geográfica de 64 municipios de la provincia de Segovia. Es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado con cebada y un área de producción en torno a los mil metros de altitud. Porta un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, además de sal, pimentón, ajo y orégano. Puede consumirse crudo, frito o cocido. Hay inscritas 6 granjas y 19 empresas cárnicas que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos.
- **IGP Chorizo Riojano** se elabora en toda la Comunidad Autónoma de La Rioja. En su aroma sobresalen el ajo y el pimentón y se presenta en forma de sarta o herradura. Hay 6 empresas registradas que comercializan cerca de 1,5 millones de piezas.
- **IGP Embutido de Requena** comprende la elaboración de diversos embutidos elaborados en el término municipal de esta localidad valenciana. Son salchichón, chorizo, perro, longaniza, morcilla, güeña y sobrasada. Hay un total de 11 empresas comercializadoras.
- **IGP Lacón Gallego** abarca toda la Comunidad Autónoma de Galicia. Se produce a partir de las razas celta, large White, landrace, duroc y sus cruces. Son animales alimentados con cereales, bellotas, castañas y tubérculos. Hay inscritas 191 explotaciones y 8 industrias cárnicas y comercializan 1.550 piezas anualmente,
- **IGP Salchichón de Vic** incluye toda la comarca de Osona en producción, mientras la elaboración se centra en la Plana de Vic, provincia de Barcelona. Es elaborado con carnes magras por seis empresas que comercializan anualmente alrededor de medio millón de piezas, con un peso aproximado total de 200.000 kilogramos.
- **IGP Sobrasada de Mallorca** con un área de producción que comprende toda la isla. Se utilizan magro y tocino con pimentón, sal y especias. Hay dos variedades, una de ellas, superior, elaborada con cerdo negro de raza mallorquina. Hay 19 empresas elaboradoras que producen más de dos millones de kilos.

