

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado del jamón ibérico y del jamón serrano en Países Bajos

ICEX

El mercado del jamón ibérico y del jamón serrano en Países Bajos

Este estudio ha sido realizado por Jorge de Pedro del Pozo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya No genera responsabilidad alguna por error u omisión. *(No rights may be derived from this report. No liability is accepted for any errors or omissions.)*

Diciembre 2005

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
III. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Importaciones	9
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	11
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	14
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	18
VII. DISTRIBUCIÓN	20
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	23
IX. ANEXOS	25
1. Empresas	25
2. Ferias	25
3. Publicaciones del sector	26
4. Asociaciones	27
5. Otras direcciones de interés	28

I. CONCLUSIONES

El jamón curado en Países Bajos es un producto con una buena aceptación entre los consumidores y probablemente con un gran potencial de crecimiento. El consumo de jamón curado ha ido creciendo anualmente, hasta llegar a las 4 toneladas con un valor de 62 millones de euros en 2004. Se comercializa sobre todo mediante loncheados preenvasados en supermercados. Las importaciones de jamón curado deshuesado crecen en porcentajes anuales superiores al 10%.

El jamón serrano goza de reconocida aceptación y su presencia en los principales canales de distribución permite que cada vez más consumidores neerlandeses escojan este producto. Su comercialización se produce principalmente en forma de loncheados, lo que facilita su consumo en bocadillo en el almuerzo, y mediante piezas deshuesadas en carnicerías y tiendas de delicatessen. El público en general conoce el jamón serrano, pero en muchas ocasiones desconocen su procedencia española.

El jamón ibérico es aún desconocido por el público general, pero existe un público objetivo de consumidores gourmet que aprecian y demandan este producto. Estos consumidores, generalmente con afinidad por España, conocen la exclusividad y la calidad del jamón ibérico, y por ello se muestran dispuestos a pagar un precio elevado para su consumo. Su distribución se centra en tiendas de delicatessen, empresas de catering y canal Horeca. Además existe una especialización de establecimientos minoristas, como son las tiendas de productos españoles, que se dedican en exclusiva a productos originarios de España entre los que destacan los jamones ibéricos.

El consumidor neerlandés busca un tipo de jamón curado deshuesado con el menor porcentaje de grasa posible. Para ello, acude principalmente a supermercados, donde encuentra gran variedad de jamones curados en lonchas preenvasadas. En este tipo de establecimientos, los clientes basan su elección en función de parámetros como el precio, la apariencia del producto y el conocimiento previo del mismo.

El jamón serrano y el jamón ibérico parecen disponer de un importante margen de crecimiento. Para ello, se deberían seguir dos estrategias complementarias: una mejor adaptación al mercado local y una campaña de información sobre sus efectos saludables. Ya sea como componente del almuerzo diario o como degustación culinaria, el jamón curado español tiene un amplio público objetivo al que dirigirse. Se necesitan estrategias a largo plazo para poder mentalizar al consumidor neerlandés de la calidad y los efectos beneficiosos para la salud del jamón curado español. Además, se debería informar a los comerciantes y al canal Horeca sobre la importancia de la presentación y el corte del producto en formato de piezas enteras.

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

Los productos agroalimentarios españoles tienen una buena aceptación en el mercado neerlandés, prueba de ello es el éxito del concepto “tapas” entre los consumidores. La asociación del jamón serrano e ibérico con las tapas es una buena medida para llegar a la mente del consumidor como un producto de calidad y de degustación ocasional. Mediante campañas en restaurantes e inclusiones en recetarios de supermercados y revistas de alimentación se ayudaría a potenciar las posibilidades combinatorias del jamón curado español.

Para adaptarse mejor al mercado local, el exportador español debe ser flexible para ofrecer los formatos más demandados por los canales de distribución en Países Bajos: loncheado y piezas deshuesadas de centros de jamón. Mediante la exportación de jamón ibérico y serrano loncheados y envasados al vacío, el consumidor final podrá degustar el producto con el grosor requerido y con todo su sabor.

Existe mercado para el jamón serrano e ibérico en Países Bajos. Se necesitarían estrategias definidas y consistentes a largo plazo, disposición para adaptarse a las exigencias específicas del mercado local y campañas de información para mentalizar al consumidor neerlandés sobre la exquisitez del sabor y los efectos saludables del jamón curado español.

II. DEFINICION DEL SECTOR

En esta nota sectorial vamos a analizar la situación actual del mercado del jamón ibérico y del jamón serrano en Países Bajos. A lo largo de este informe haremos mención de los jamones curados de especie porcina doméstica, distinguiendo entre aquellos procedentes de cerdo ibérico y de cerdo blanco. Entre aquellos jamones curados de cerdo blanco, incidiremos en mayor medida en la categoría que compone el jamón serrano protegida como Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)¹ por un reglamento comunitario².

Además del jamón (pierna trasera del cerdo) incluiremos en esta nota la producción, exportación y comercialización de la paleta (pierna delantera) tanto del cerdo ibérico como del cerdo blanco.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El jamón curado de cerdo ibérico, ya sea ibérico de bellota, de recebo o de cebo, requiere de un proceso transformador que, por sus características y su laboriosidad, otorga un sabor y una calidad excepcionales al producto final. En España, el jamón ibérico proviene de tres Denominaciones de Origen Protegidas³ (D.O.P.): Guijuelo, Dehesa de Extremadura y Jamón de Huelva, si bien existen otros productores no acogidos a ninguna D.O.P. Las D.O.P. llevan a cabo un exigente control de la fase ganadera y transformadora de los cerdos ibéricos a través de sus consejos reguladores. El jamón ibérico es un producto de producción limitada y precio alto, que supone menos de un 1% de la exportación española de jamones curados.

El jamón curado de cerdo blanco, proviene de animales criados de forma estabulada y alimentados fundamentalmente a base de piensos elaborados con cereales. El proceso de elaboración del jamón configurará las distintas categorías:

- En España: Jamón Serrano, Jamón de Teruel, etc.

¹ Reglamento (CEE) nº 2082/92 del Consejo, de 14 de julio de 1992, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios.

² Reglamento 2419/1999 de la Comisión, de 12 de noviembre de 1999, por el que se inscribe definitivamente la denominación “jamón serrano” como Especialidad Tradicional Garantizada (ETG).

³ Reglamento (CEE) °2081/92 del Consejo de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

- En Italia: Parma, San Daniele, etc.
- En Francia: Bayonne, etc.
- En Bélgica: Superano, Ganda, etc.
- En Alemania: Coburg, Schwarzwälder Schinken, etc.

El Jamón Serrano está protegido como Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) y su proceso de elaboración debe seguir las normas recogidas en el pliego de condiciones del reglamento comunitario. Aquellos productos que se atengan a la normativa durante las cuatro fases de curación: salazón, reposo, maduración-secado y envejecimiento-afinamiento, obtendrán la correspondiente calificación de “jamón serrano”, que así figurará en sus etiquetas comerciales.

Por sus distintas características, el jamón serrano y el jamón ibérico tendrán un tratamiento distinto en cuanto a su distribución y comercialización. Así, el público objetivo y los canales de distribución diferirán notablemente, por lo que haremos una diferenciación clara entre ambos productos a partir del análisis cualitativo de la demanda.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las dificultades para encontrar una partida arancelaria concreta para los distintos tipos de jamón serrano e ibérico nos llevan a agruparlos conjuntamente con el resto de tipos de jamón curado y/o ahumado. Además se hace una diferenciación entre el jamón con hueso y deshuesado, así como las paletas. Por tanto las distintas partidas arancelarias contempladas en este informe son:

- 02101131: Jamones y sus trozos, sin deshuesar, secos o ahumados, de la especie porcina doméstica.
- 02101139: Paletas y sus trozos, sin deshuesar, secos o ahumados, de la especie porcina doméstica.
- 02101981: Jamones y paletas y sus trozos, deshuesados, secos o ahumados, de la especie porcina doméstica. Incluye el jamón y las paletas deshuesados, pero también el resto de carnes secas o ahumadas deshuesadas de la especie porcina doméstica.

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El jamón curado que se consume en Países Bajos proviene de importaciones de países como Bélgica, Alemania, Italia y España. Aunque Países Bajos es un país productor de ganadería porcina, superando los 20 millones de animales al año, y exportador (5,9 millones de animales en 2004), la producción y exportación de productos cárnicos del cerdo se centra en productos como el bacon y el jamón cocido. La producción local de jamón curado es meramente anecdótica dentro de una industria porcina tan importante como la neerlandesa. Es por ello que la oferta de jamón curado en Países Bajos es originaria de las distintas denominaciones existentes en los países exportadores, Bélgica, Alemania, Italia, Francia y España.

En la siguiente tabla se observa la situación del sector porcino en Países Bajos. El número de cerdos en Países Bajos se ha mantenido constante en los últimos 2 años, y aunque se redujo el número de explotaciones porcinas en un 7%, hasta 9.980 granjas, se incrementó la productividad considerablemente, permitiendo incluso un ligero aumento en la producción de animales en 2004. Las exportaciones de ganado porcino suponen un 30% de la producción, mientras que las importaciones son escasamente representativas. Se trata sin duda de un país mayoritariamente productor de ganado porcino. El indicador de consumo aparente refleja el número de animales sacrificados en los 24 mataderos existentes en el país, con más de 25.000 matanzas por año⁴.

TAMAÑO DE LA OFERTA DEL SECTOR PORCINO EN PAÍSES BAJOS

	Número de animales		Carne y productos cárnicos porcinos (Tm.)	
	2003	2004	2003	2004
Producción	20.100.000	20.200.000	1.252.900	1.299.000
+ Importaciones	300.000	340.000	250.200	289.000
- Exportaciones	6.500.000	5.900.000	815.700	900.000
Indicador de consumo aparente	13.900.000	14.640.000	687.400	688.000

Fuente: *Berichten Buitenland Sectorspecial, 2005 (Informe sectorial del Ministerio de Agricultura y Calidad de los Alimentos)*

⁴ Fuente: *HBD, Slagerijen "Branches in Detail 2005" (HBD, informe sectorial de carnicerías 2005)*

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

En cuanto a la producción de carne y productos cárnicos porcinos, ésta ha experimentado un ligero incremento en 2004 hasta llegar a 1.300.000 toneladas. El 70% de esta producción se dedica a la exportación, mayoritariamente a países como Reino Unido (34% de las exportaciones), Alemania (21%) e Italia (19%).⁵ Asimismo, las importaciones de carne y productos cárnicos porcinos se han incrementado, respondiendo a una demanda del mercado de productos que la producción local no abastece.

2. IMPORTACIONES

Las importaciones de jamones y paletas curados en Países Bajos han sufrido una evolución claramente divergente entre los distintos grupos arancelarios. Aquellas partidas referentes a jamones (02.10.11.31) y paletas (02.10.11.39) curados con hueso han sufrido un descenso significativo en el volumen y el valor de sus importaciones, especialmente los jamones. En el lado opuesto, las importaciones de jamones y paletas deshuesados (02.10.19.81), han ido creciendo año tras año entorno al 10% en valor y el 15% en volumen. No obstante, estas últimas cifras no son concluyentes, en la medida en que se trata de una partida arancelaria general, que hace referencia a todo tipo de carne de cerdo curada o ahumada sin hueso, pero pueden servir para un acercamiento bastante realista al mercado neerlandés de jamón curado.

IMPORTACIONES EN PAÍSES BAJOS POR GRUPO DE PRODUCTOS (en miles de euros)

TARIC	2002	2003	2004	Cambio 03/04
02.10.11.31	1.909	2060	1789	- 13,19
02.10.11.39	190	280	266	- 4,99
02.10.19.81	22.686	26.664	29.299	+ 9,88
TOTAL	24.784	29.004	31.353	+ 8,10

Fuente: World Trade Atlas

La tendencia del mercado neerlandés es clara. El producto está siendo cada vez más aceptado, pero los importadores neerlandeses optan por jamones y paletas curados deshuesados, más acordes a los gustos de los consumidores. Durante los últimos años, estos productos sin hueso mantuvieron cuotas superiores al 90% confirmando esta preferencia consolidada en el mercado neerlandés.

IMPORTACIONES EN PAÍSES BAJOS POR GRUPO DE PRODUCTOS (en Toneladas)

TARIC	2002	2003	2004	Cambio 03/04
02.10.11.31	333	399	305	-23,56
02.10.11.39	52	73	69	-5,48
02.10.19.81	3.452	3.956	4.521	+14,28
TOTAL	3.837	4.428	4.895	+10,55

Fuente: World Trade Atlas

⁵ PVE Rapport 2005 (Informe Anual de la Asociación Interprofesional de Ganado, Carne y Huevos, 2005)

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

Por orígenes, las importaciones de jamón curado en Países Bajos proceden mayoritariamente de Bélgica. Estas exportaciones belgas de jamón curado son en parte resultado de reexportaciones mayoritariamente francesas, aunque también italianas y españolas. No obstante, en el mercado neerlandés tienen una buena aceptación ciertos jamones curados belgas como Superano, Ganda, Magistral (Meesterlyck) y Duque de Flandes, y ahumados como el Jamón de las Ardenas.

Alemania ocupa la segunda posición en cuanto al valor de las importaciones de jamón curado en Países Bajos, con una cuota de mercado del 16,1% en jamones con hueso y 28,7% en jamones deshuesados. De nuevo las reexportaciones juegan un papel importante en estas cifras. Los jamones curados de producción alemana con mayor aceptación en el mercado neerlandés son el Jamón de Cobourg y el Schwarzwälder Schinken.

Italia y España ostentan cifras exportadoras similares de jamones curados a Países Bajos. En el caso de jamones y paletas con hueso, España tiene una mayor representación que Italia, sin embargo sus exportaciones han ido disminuyendo año tras año. En productos deshuesados, Italia ostenta una cuota de mercado superior al 10%, mientras que la cuota de España se ha ido reduciendo año tras año hasta llegar al 9,44% en 2004.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE JAMONES Y PALETAS CURADOS EN PAÍSES BAJOS

(en miles de euros)

PAÍS	2002		2003		2004		Cuota de mercado en 2004 (%)	
	con hueso	sin hueso	con hueso	sin hueso	con hueso	sin hueso	con hueso	sin hueso
Bélgica	1.834	9.263	1.761	11.524	1.637	14.398	79,66%	49,14%
Alemania	190	5.604	457	7.625	331	8.410	16,1%	28,7%
Italia	0	3.123	60	3.713	31	3.202	1,5%	10,93%
España	68	2.941	58	2.721	50	2.766	2,43%	9,44%
Finlandia	0	875	0	407	0	519	0	1,77%
Luxemburgo	0	699	0	660	0	2	0	0,0068%
Francia	5	0	4	0	0	0	0	0
Eslovenia	0	0	0	3	0	1	0	0,0034%
Resto	2	181	0	14	6	1	0,31%	0,0034%
TOTALES	2099	22.686	2340	26.664	2055	29.299	100	100

Fuente: World Trade Atlas

Estas estadísticas de los orígenes de las importaciones de jamones curados en Países Bajos deben ser analizadas con precaución. La presencia de países pertenecientes a la Zona Euro en las principales posiciones permite un libre intercambio de bienes entre estados miembros. Las reexportaciones de jamones curados italianos, españoles y franceses, procedentes de países limítrofes a Países Bajos, como Alemania y Bélgica, deben ser tenidas en cuenta.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

El gasto de los consumidores neerlandeses en 2004 en carne y productos cárnicos ascendió a 5000 millones de euros. De los distintos tipos de productos cárnicos, los embutidos, fiambres y conservas de carne fueron la partida a la que se dedicó el mayor gasto, 1.833 millones de euros. El resto del gasto cárnico se repartió de la siguiente forma:

CONSUMO DE CARNE EN PAÍSES BAJOS EN 2004 (impuestos indirectos incluidos)

	Gasto Total	Gasto por hogar	Gasto por habitante
Vacuno	1.202 millones de €	169 €	74 €
Porcino	1.100 millones de €	155 €	67 €
Avícola	666 millones de €	94 €	41 €
Otras carnes	198 millones de €	28 €	12 €
Embutidos, fiambres y conservas de carne	1.833 millones de €	258 €	112 €
TOTAL	4.999 millones de €	704 €	306€

Fuente: HBD, Slagerijen "Branches in Detail 2005" (HBD, informe sectorial de carnicerías 2005)

En 2004 el consumo cárnico de los neerlandeses se incrementó en 500 gramos per cápita, hasta 86,1 Kg, lo que supone un consumo total de 1,4 millones de toneladas. De este consumo, el 42,3% corresponde a carne y elaborados del cerdo, es decir, 42,3 Kg per capita, para un total de 687.800 toneladas. El consumo per cápita de carne y elaborados del cerdo en Países Bajos es parejo a la media de los 25 países de la UE (43 Kg), si bien a cierta distancia de países con mayor tradición como España con 63,8 Kg per capita.⁶

La carne porcina es la más consumida en Países Bajos. A pesar del incremento de los precios de las materias primas, el precio final de venta se mantuvo constante debido a la actual guerra de precios existente en este país entre cadenas de supermercados. La popularidad de los supermercados como

⁶ Fuente: PVE (Asociación Neerlandesa Interprofesional de Ganado, Carne y Huevos) "Livestock, meat and eggs in the Netherlands 2005", según estudio de Gfk

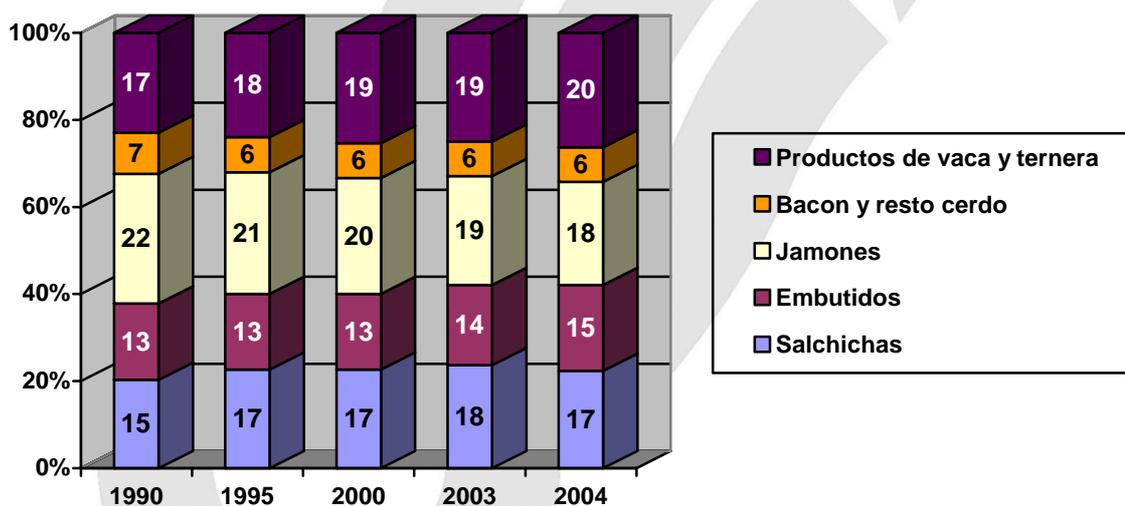
EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

establecimientos de compra de productos cárnicos conllevó a un incremento en la compra de productos de forma preempaquetada hasta suponer un 84% de la compra de carne y productos cárnicos elaborados.

Los productos cárnicos elaborados (embutidos, fiambres y conservas de carne) suponen un 36% del consumo total de carne en Países Bajos. Este tipo de productos gozan de gran popularidad entre los consumidores neerlandeses. Debido a la jornada laboral continua, se realiza normalmente un almuerzo frío que se suele componer de pan con queso y/o embutidos y fiambres. Además, los neerlandeses emplean en general poco tiempo en cocinar. Así, en 2003 dedicaron 26 minutos diarios de media para la preparación de comidas y bebidas. Los hombres emplearon 14, mientras que las mujeres 38 minutos diarios.⁷

La siguiente figura muestra la evolución de la distribución del gasto en productos cárnicos elaborados por parte de los consumidores neerlandeses:

COMPRAS DOMÉSTICAS DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN PAÍSES BAJOS (en %)



Fuente: PVE "Livestock, meat and eggs in the Netherlands 2005", según estudio de Gfk

De los más de 1.800 millones de euros que emplearon los consumidores neerlandeses en 2004 en productos cárnicos elaborados, el 18% se dedicó a las distintas variedades de jamones. El consumo de jamones curados en Países Bajos se ha incrementado año tras año, hasta llegar a las 4 toneladas con un valor 62 millones de euros en 2004.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE JAMÓN CURADO EN PAÍSES BAJOS

	2002	2003	2004
Valor (x 1.000 €)	58.461	60.659	62.701
Volumen (x 1.000 Kg.)	3.887	4.088	4.209

Fuente: CBS/PVE

⁷ Fuente: CBS (Instituto Neerlandés de Estadística). Datos recogidos en población mayor de 12 años.

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

El consumo de jamón curado en Países Bajos crece año tras año tanto en volumen como en valor. Las tasas de crecimiento son escasas pero constantes, entorno al 4%. La forma mayoritaria de este consumo de jamón curado es mediante lonchas preempaquetadas comercializadas en supermercados.

El jamón serrano tiene un gran potencial de demanda entre el consumidor general en Países Bajos. Su comercialización en lonchas permite llegar al cliente final para su consumo rápido. La presencia del jamón serrano en los canales de distribución más importantes contribuye a un mayor reconocimiento.

El jamón ibérico está condicionado por el factor precio y el escaso conocimiento del producto y su singularidad. En Países Bajos existe un público gourmet con gran afinidad por España que debe convertirse en el público objetivo de este producto. Su comercialización debe centrarse en el canal de las tiendas de delicatessen y en el canal Horeca.

Las empresas de catering y el canal Horeca son más propicios para la comercialización del jamón ibérico con hueso, ya que se les puede transmitir el valor añadido que aporta la presentación y el procedimiento del corte en este formato del producto.

V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

A la hora de fijar el precio del jamón curado en Países Bajos habrá que diferenciar primeramente el tipo de jamón curado. El jamón serrano puede dirigirse a un amplio sector de población, mientras que el jamón ibérico se limitará generalmente a un segmento de consumidores gourmet.

La autonomía a la hora de fijar el precio estará condicionada por el tipo de canal de distribución. Las cadenas de supermercados tienen un amplio poder de negociación, ya que las ventas de embutidos se realizan en un 80% en este canal. En las carnicerías se suelen encontrar productos de calidad y con gran variedad. Sin embargo, los precios dependerán en gran medida del tipo de clientela y la localización del establecimiento. La guerra de precios que existe entre supermercados, no afecta tanto a las carnicerías, que generalmente tienen un tipo de clientela fija, menos influenciada por las fluctuaciones en los precios.

Por último, las tiendas de delicatessen disponen de un surtido muy amplio de distintos tipos de jamón curado. Los precios son altos, pero sus clientes exigen a cambio alta calidad. Suelen ser tiendas independientes, donde los comerciantes tienen un amplio conocimiento de sus productos, acorde a la exigencia de sus clientes. Además, existe un tipo de tiendas, que pueden clasificarse dentro de las tiendas de delicatessen, como son las tiendas de productos españoles. Estas tiendas venden todo tipo de productos agroalimentarios de procedencia española, cuya presencia en el mercado neerlandés es escasa. Responden a una demanda de estos productos por parte de consumidores con conocimiento de los mismos y que están dispuestos a pagar altos precios por encontrar exactamente lo que buscan.

A continuación, vamos a analizar más detalladamente cada canal de distribución contemplado:

- **SUPERMERCADOS:**

La estructura de los supermercados en Países Bajos es muy diferente a la existente en España y otros países europeos. A diferencia de otros países, en el mercado neerlandés no existen hipermercados y grandes superficies, sino que el canal se compone de distintas cadenas de supermercados con presencia en todo el país o en ciertas regiones. Las centrales de compras de estos supermercados seleccionan los productos que se comercializarán en todos los establecimientos de la cadena.

El gasto en 2004 en productos agroalimentarios por habitante en Países Bajos en supermercados fue de 1.404 euros, de los cuales 227 euros se dedicaron a productos cárnicos. Los embutidos y fiambres representaron 88,48 euros del gasto medio por habitante en supermercados en 2004. El consumidor neerlandés adquiere este tipo de productos principalmente para su consumo en el almuerzo. Por ello, los supermercados comercializan los distintos tipos de jamón curado en lonchas envasadas, generalmente de 100 gramos de peso o inferiores.

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

Precios del jamón serrano en las principales cadenas de supermercados de Países Bajos

(Precios en €/Kg)

Cadena de Supermercados	Nº de establecimientos ⁸	Producto	Precio
Albert Heijn	705	Jamón Serrano Excellence (80gr.)	24,88 €/Kg.
		Jamón Serrano (al corte)	23,90 €/Kg.
Coop	131	Jamón Serrano (al corte)	24,90 €/Kg.
Edah	287	Jamón Serrano (70 gr.)	24,90 €/Kg.
Lidl	194	Jamón Serrano	18,90 €/Kg.
Super de Boer	369	Jamón Serrano (70 gr.)	24,14 €/Kg.
		Jamón Serrano (al corte)	24,90 €/Kg.
		Jamón Serrano (al corte)	23,90 €/Kg.

Fuente: Elaboración propia. Establecimientos consultados en Utrecht y La Haya el 01/12/2005.

Ya sea de forma preempaquetada por el fabricante o por el propio supermercado (al corte), el jamón curado en los supermercados neerlandeses se comercializa en cámaras isotérmicas a la vista del consumidor. Los distintos tipos de jamón son visibles y comparables por el cliente, que optará por uno u otro tipo en función de parámetros como el precio, principalmente, además de la apariencia o presentación del producto y el conocimiento previo del mismo.

En los últimos años se viene produciendo una “guerra de precios” entre las distintas cadenas de supermercados de Países Bajos. La caída de precios ha aumentado el volumen de carne consumida en un 1% de 2003 a 2004. Sin embargo, los productos porcinos no han sufrido una especial modificación en precio, que a diferencia de la carne de ternera y pollo, apenas han sido utilizados como arma en la guerra de precios.

La guerra de precios no ha afectado por tanto a productos como el jamón curado, y la diferencia de precios entre los establecimientos no es muy significativa, salvo respecto a aquellos supermercados de descuento tipo Lidl.

Entre los jamones curados de mayor presencia en los distintos supermercados neerlandeses podemos citar algunos de los principales competidores del jamón serrano. De los jamones curados de procedencia alemana, destacan el Jamón de Coburg y el Schwarzwälder Schinken. Entre los jamones belgas se encuentra en mayor medida el Jamón de las Ardenas, si bien otros como el Meesterlyck y el Ganda también tienen una importante presencia. En cuanto a los jamones italianos, el Jamón de Parma goza de una buena acogida en este canal, así como el San Daniele, aunque no tan notoriamente.

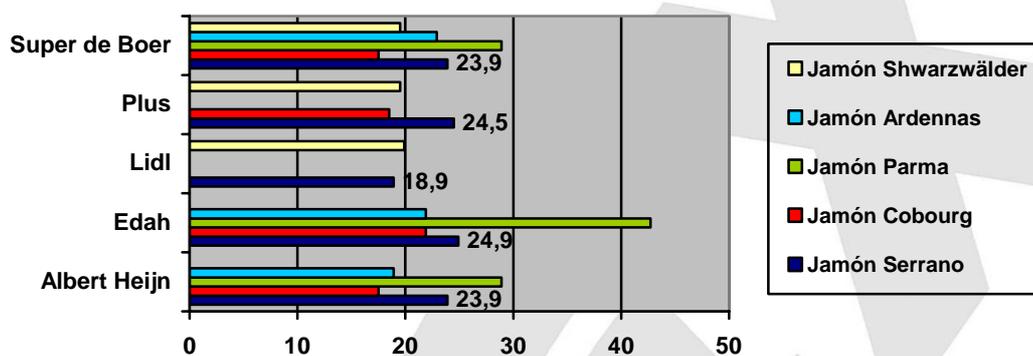
La siguiente figura establece una comparativa entre algunos de los tipos de jamones curados mencionados, comercializados al corte en las principales cadenas de supermercados de Países Bajos. Téngase en cuenta que por jamón al corte, nos referimos a lonchas de jamón curado cortadas por los propios supermercados y empaquetadas en envases transparentes sin especificar marca ni lugar de origen.

⁸ Fuente: *Wie, wat, waar in de detailhandel, 2005*

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

COMPARATIVA DE PRECIOS DE DISTINTOS TIPOS DE JAMONES CURADOS AL CORTE EN CADENAS DE SUPERMERCADOS DE PAÍSES BAJOS

(Precios €/Kg.)



Fuente: Elaboración propia. Establecimientos consultados en Utrecht y La Haya el 01/12/2005.

▪ CARNICERÍAS:

Las compras de jamón curado en carnicerías son más escasas que en supermercados. En este tipo de establecimientos los consumidores están dispuestos a pagar un mayor precio por un producto de calidad. Las decisiones de compra por parte de los consumidores responden a la presentación del producto, el conocimiento del mismo y también, en gran medida, por recomendación del carnicero, que juega un papel importante como prescriptor de opinión.

El producto se presenta a la vista del consumidor en grandes trozos deshuesados agrupados por categorías, de tal forma que el cliente puede comparar entre los distintos tipos de jamones curados existentes. La formación del precio dependerá del tipo de establecimiento. Las carnicerías independientes representan tres cuartas partes del total, y el rango de precios oscila entre 2,5 y 3 euros por 100 gramos de jamón serrano. Las carnicerías asociadas disponen de una mayor variedad de productos y el precio se fija entorno a 2,8 euros por 100 gramos de jamón serrano⁹.

Cabe reseñar la creciente proliferación de carnicerías biológicas en Países Bajos, donde acuden consumidores dispuestos a pagar un precio más elevado por la garantía de un producto natural. Los productos en venta en estos establecimientos tienen generalmente una denominación de origen y están certificados como biológicos. Los animales viven al aire libre, comen productos biológicos y no son tratados con antibióticos ni estimulantes. Los precios son sustancialmente superiores, alcanzando el jamón serrano biológico los 44 €/Kg.

▪ DELICATESSEN:

En las tiendas de delicatessen se puede encontrar la mayor variedad de productos agroalimentarios de segmento alto. En este tipo de establecimientos podemos encontrar distintos tipos de jamones ibéricos y serranos. Los consumidores de productos delicatessen tienen un alto poder adquisitivo, pero exigen

⁹ Fuente: Elaboración propia. Establecimientos consultados en Utrecht y La Haya el 01/12/2005.

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

calidad por lo que pagan. Generalmente conocen el producto que solicitan y acuden a tiendas que dispongan de un gran abanico de productos.

En las tiendas de delicatessen de Países Bajos se encuentra gran variedad de productos de Francia, Italia y España. Los embutidos y fiambres ocupan un lugar prominente en este tipo de establecimientos, y entre ellos se encuentran jamones curados de diversa procedencia. Entre los jamones curados españoles, aquí se pueden encontrar distintas variedades de jamón serrano y jamón ibérico de gran calidad.

Los precios del jamón ibérico en las tiendas de delicatessen oscilan entre los 80 y 100 euros el kilo, dependiendo del tipo y la calidad del producto. El jamón serrano, en cambio, tiene precios parejos a productos competidores, como son los jamones curados belgas e italianos, moviéndose entre 28 y 38 euros el kilo.

Las tiendas de productos españoles son un tipo específico de establecimiento, que podemos incluir en la categoría de tiendas de delicatessen, y que responden a la demanda existente en Países Bajos del producto español. Los jamones curados suponen una parte importante del negocio de este tipo de tiendas, y se encuentran en distintas clases y formatos. En muchos establecimientos se pueden encontrar jamones con hueso, colgando la pata entera a la vista del cliente, algo muy inusual en Países Bajos. También se comercializan trozos de jamón curado serrano e ibérico, ya sea envasados al vacío o al corte. Los precios oscilan en función de la calidad y el tipo de producto, si bien pueden ser parejos a los precios observados en el resto de tiendas de delicatessen.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El jamón curado español en Países Bajos goza de una buena salud y notable aceptación por parte de los consumidores. No obstante, aún existe un largo camino por recorrer para consolidar el jamón curado español como referente en el mercado neerlandés.

Los consumidores neerlandeses en general conocen el jamón serrano. Sin embargo, muchos desconocen su procedencia española. El jamón ibérico es aún un gran desconocido para el consumidor en Países Bajos, limitándose a un segmento alto de la población con vínculos españoles, ya sea por tratarse de expatriados españoles y familiares o por visitas turísticas a España.

Una mayor aceptación del jamón curado español podría pasar por una mejor adaptación al mercado local y una campaña de información sobre sus efectos saludables. Los consumidores neerlandeses tienen una especial reticencia al consumo de grasas de origen animal. En general, rechazan aquellos alimentos con grandes cantidades de grasa, prefiriendo un producto con mayor porcentaje de carne magra que de grasa. Por esta razón, ciertos productos con reducidos porcentajes de grasa, como son los jamones belgas, tienen una mayor aceptación en el mercado.

La forma de presentación del producto también es muy importante en el mercado neerlandés. Más de un 80% del jamón curado consumido se comercializa en forma preenvasada. La escasa presencia de jamón con hueso responde al rechazo en general, por parte del consumidor neerlandés, de aquellos alimentos cárnicos donde la forma del animal sea patente. El jamón entero con hueso supone un choque cultural en la mentalidad neerlandesa, que asociará en mayor medida el producto con la pata del animal que con un alimento de gran calidad.

La comercialización del jamón curado en Países Bajos se hace de dos formas diferentes. Mediante grandes trozos deshuesados, sobre todo en carnicerías y delicatessen, el dependiente corta el jamón en lonchas muy finas con un cortafiambres. En supermercados, donde se produce el mayor gasto en jamón curado, se comercializa en lonchas envasadas en paquetes de 100 gramos o inferiores. En muchas ocasiones, el problema radica en el corte del jamón curado, ya que el comerciante neerlandés desconoce el procedimiento y el grosor adecuado para poder apreciar el sabor del jamón curado español en plenitud. Sin embargo, el consumidor neerlandés prefiere lonchas muy finas en sus compras de embutidos.

La presencia de jamón curado español en lonchas envasadas al vacío es muy escasa. Los supermercados optan sobre todo por la comercialización del jamón curado al corte, es decir, en lonchas de jamón curado cortadas por los propios supermercados y expuestas en envoltorios transparentes, con una fecha de caducidad limitada y que se recomienda su conservación en frigorífico. Estos paquetes suelen ser de

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

un peso inferior a 100 gramos y responden a una demanda para el consumo inmediato en forma de sandwich en el almuerzo. No obstante, el jamón envasado al vacío tiene una concepción de mayor calidad para el consumidor, quien degustará este producto como entrante o aperitivo.

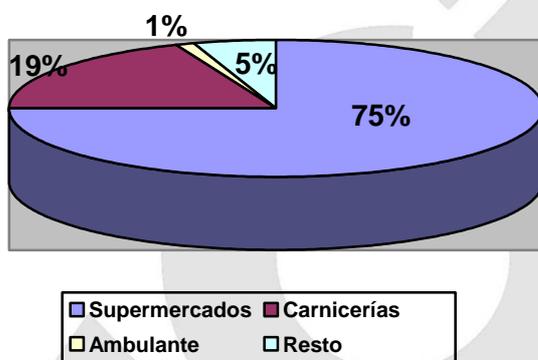
Las tapas gozan de una gran aceptación en Países Bajos. Si bien, el concepto de tapas no responde en la misma medida al que se conoce en España, la idea de pequeñas degustaciones culinarias tiene una buena acogida entre los consumidores neerlandeses. El canal horeca ha aprovechado el concepto tapas para desarrollar una nueva tendencia en Países Bajos de gran acogida por parte de sus clientes. Otros canales han asimilado esta tendencia, aunque en menor medida. Los supermercados, mediante recetarios gratuitos, ofrecen variaciones de tapas de fácil elaboración, con productos que se pueden encontrar en sus establecimientos. Asociar el jamón con las tapas es una buena medida para llegar a la mente del consumidor como un producto de calidad y de degustación ocasional. Para ello, la exhibición de campañas informativas con las posibilidades combinatorias del jamón curado español con otros productos naturales ayudaría a la promoción del jamón en el mercado neerlandés, aprovechando la imagen y aceptación de las tapas como placer culinario.

El jamón curado español parece gozar de un gran potencial en el mercado neerlandés. Las posibilidades en su consumo son múltiples, ya sea como componente del almuerzo diario, o como degustación culinaria en forma de tapas. El consumidor neerlandés conoce y aprecia el jamón serrano. Sin embargo, aún no asocia el producto con el país. El jamón ibérico se limita a círculos más reducidos de población, un segmento alto de consumidores que buscan la calidad y exclusividad de su sabor, y que se muestran dispuestos a pagar un alto precio por ello.

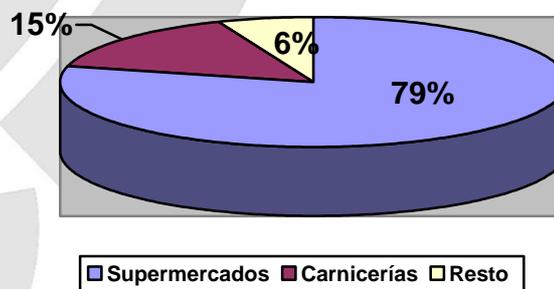
VII. DISTRIBUCIÓN

El consumo de carne en Países Bajos durante el 2004 fue de cerca de 5.000 millones de euros. Tres cuartas partes de este gasto se distribuyeron a través de supermercados. El segundo canal en cuota de mercado fueron las carnicerías, con cerca del 20% del gasto en carne por parte de los consumidores neerlandeses.

CUOTA DE MERCADO DE CARNE POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN



CUOTA DE MERCADO DE EMBUTIDOS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: HBD, Slagerijen "Branches in Detail 2005", Bestedingen & Marktaandeelen (HBD, informe sectorial de carnicerías 2005, Gasto y Cuota de mercado)

El gasto en embutidos, fiambres y conservas de carne en Países Bajos durante 2004 superó los 1.800 millones de euros. De éstos, alrededor del 80% (1.448 millones de euros) se produjo en supermercados, mientras que las carnicerías apenas representaron un 15% (275 millones de euros).

El jamón curado en Países Bajos se distribuye principalmente a través de estos canales (supermercados y carnicerías), a los que conviene añadir las tiendas de delicatessen, dada la naturaleza de algunos tipos de jamón curado comercializados. A continuación se analizarán cada canal con sus características específicas, para poder tener así una visión más detallada de la distribución del jamón curado en Países Bajos.

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

▪ SUPERMERCADOS:

El gasto en alimentación de los consumidores neerlandeses a través de este canal durante 2004 ascendió a 23.000 millones de euros, lo que supone una media de 3.225 euros por hogar y más de 1.400 euros por habitante.¹⁰ Los embutidos, fiambres y conservas de carne representan un 6,5% de este gasto con cerca de 1.500 millones de euros. El jamón curado que se comercializa en Países Bajos representa un pequeño porcentaje, pero su presencia es cada vez más frecuente en este importante canal de distribución.

Los supermercados en Países Bajos son en su mayoría establecimientos de algo más de 500 m². Más del 60% pertenece a una cadena de supermercados y se localizan en centros comerciales. En 2004 se registraron más de 5.500 establecimientos, cifra que se mantiene estable en los últimos años:

	2001	2002	2003	2004
Número de Empresas	3.436	3.080	3.046	2.964
Número de Establecimientos	6.328	5.607	5.592	5.593

Fuente: HBD, *Supermarkten "Branches in Detail 2005"* (HBD, informe sectorial de supermercados 2005)

Las cadenas de supermercados con mayor presencia en todo el país son Albert Heijn, Aldi, C1000¹¹ y Super de Boer¹² con más de 300 establecimientos. Si bien, otras cadenas como Edah¹³, Lidl y Plus¹⁴ alcanzan también importantes cuotas de mercado con estrategias de marcas blancas y precios bajos.

Este canal de distribución es el que goza de una mayor popularidad en la compra de productos cárnicos en Países Bajos. Por ello, se ha incrementado la proporción de carne preenvasada comercializada en el mercado neerlandés, alcanzando un 84% del total.

El jamón curado español que se vende en supermercados es, en su gran mayoría, jamón serrano. El jamón serrano es el más curado en comparación con sus competidores belgas y alemanes. Las lonchas de jamón curado que se comercializan son finas y con poca grasa. En el envasado del loncheado, realizado en el propio supermercado, el producto se vende con el nombre "jamón serrano" ("serranoham") sin especificar marca ni lugar de origen.

▪ CARNICERÍAS:

En Países Bajos hay cerca de 2.800 establecimientos de este canal propiedad de más de 2500 empresas. Son generalmente pequeñas tiendas en superficie (44 m² de media¹⁵), regentadas por uno o dos empleados y situadas en centros comerciales. Venden todo tipo de carne fresca, además de embutidos y fiambres. El siguiente cuadro refleja la evolución en el número de empresas y establecimientos del canal de carnicerías y pollerías:

¹⁰ Fuente: HBD, *Supermarkten "Branches in Detail 2005"* (HBD, informe sectorial de supermercados 2005)

¹¹ Perteneciente a la central de compras Schuitema

¹² Perteneciente a la central de compras Laurus

¹³ Perteneciente a la central de compras Schuitema

¹⁴ Perteneciente a la central de compras Sperwer

¹⁵ Fuente: HBD, *Slagerijen "Branches in Detail 2005"* (HBD, informe sectorial de carnicerías 2005)

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

	2001	2002	2003	2004
Número de Empresas	3.265	2.839	2.694	2.566
Número de Establecimientos	3.740	3.150	2.976	2.811

Fuente: HBD, *Slagerijen "Branches in Detail 2005"* (HBD, informe sectorial de carnicerías 2005)

La tendencia es clara, las carnicerías independientes están remitiendo en favor de cadenas de establecimientos y supermercados. Aunque aún existen un 75% de carnicerías independientes, las asociaciones de compras y ventas suponen un cuarto del sector, con presencia cada vez mayor de cadenas como Keurslager con más de 500 establecimientos.

La venta de jamones curados en este tipo de establecimientos se realiza generalmente en lonchas finas de centros de jamón deshuesado cortadas en presencia del consumidor. Las piezas deshuesadas no suelen ser muy grandes, entre 1 y 2 kg, tienen algo de grasa y, muy raramente, también piel. Las carnicerías, en ocasiones, también venden directamente bocadillos elaborados a partir de productos seleccionados por los clientes, tales como los jamones curados.

En Países Bajos, la población inmigrante representa un amplio y creciente porcentaje del total. Los negocios independientes regentados por y para esta población inmigrante crecen en consonancia. Las carnicerías "no-occidentales" suponen un 10% del total y se especializan en productos acordes a los preceptos religiosos de estos inmigrantes. La religión islámica es mayoritaria en la población inmigrante, por lo que ciertos productos cárnicos, como aquellos procedentes del cerdo, no son consumidos por este grupo de población.

▪ DELICATESSEN:

Las tiendas de delicatessen en Países Bajos ofrecen una oportunidad para productos agroalimentarios destinados a un grupo de consumidores de segmento alto. El interés de los consumidores por este tipo de establecimientos ha provocado que ciertas cadenas de supermercados hayan optado por crear secciones de delicatessen en sus propios establecimientos. Las tiendas de delicatessen ocasionalmente también ejercen funciones de catering e incluso elaboración y venta de bocadillos, al igual que las carnicerías. No obstante, estas tiendas deben asegurarse una provisión de productos acorde a la calidad y exclusividad esperada por sus clientes.

Las tiendas de delicatessen disponen generalmente de una mayor variedad y calidad de jamones curados. Aquéllos productos que por su exclusividad no tienen cabida en otros canales, como supermercados y carnicerías, encuentran su lugar en estas tiendas. El jamón ibérico se convierte así en uno de los productos más demandados por los consumidores gourmet.

Los productos agroalimentarios típicamente españoles tienen cada vez mayor aceptación en el mercado neerlandés, prueba de ello es la presencia de tiendas de productos españoles ("Spaanse Winkel"). Este tipo de establecimientos es una especialización de las tiendas de delicatessen, ya que todos sus productos son de procedencia exclusivamente española y de difícil localización en Países Bajos. Los jamones curados españoles, tanto deshuesados como con hueso, ocupan un lugar privilegiado en la oferta de estos establecimientos.

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Países Bajos, miembro de la UE desde su constitución, no tiene aranceles para las importaciones procedentes de estados miembros como España. Tan sólo habrá que tener en cuenta las medidas comunes a los intercambios de bienes entre estados miembros, tales como la restitución del IVA y la declaración del Intrastat cuando sea necesario.

Respecto a los requisitos técnicos y otras barreras no arancelarias, las normativas neerlandesas referentes a estandarización de los productos agroalimentarios son aquellas que la Unión Europea dicta para sus países miembros. Además, el reconocimiento a nivel europeo de las Especialidades Tradicionales Garantizadas y las Denominaciones de Origen Protegidas, otorgan una mayor seguridad y certificación de la calidad de los jamones curados españoles reconocidos en estas categorías.

El sistema de control de calidad que se utiliza en Países Bajos en el sector cárnico porcino es el Control Integrado de la Cadena (IKB, Integrale Ketten Beheersing). Este sistema, introducido en 1992, requiere de la integración y observación de los criterios establecidos en todas las fases de la elaboración de productos cárnicos, desde la cría del animal hasta la venta del producto. Más del 90% de la producción cárnica en Países Bajos es elaborada cumpliendo los requisitos de este sistema de control porcicultor voluntario. La IKB cumple sobradamente con los criterios establecidos por el EUREPGAP a nivel europeo.

En Países Bajos se emplean dos tipos de clasificación de cerdos. El sistema europeo SEUROP, mediante el que se mide el porcentaje de carne magra del animal, a través de una muestra recogida entre la 3ª y la 4ª costilla. La clasificación porcina resultará de esta forma:

- S: 60% de carne magra o más
- E: 55-60% de carne magra
- U: 50-55% de carne magra
- R: 45-50% de carne magra
- O: 40-45% de carne magra
- P: menos de 40% de carne magra

Además, un segundo sistema de clasificación a nivel nacional, mide el tamaño y la forma del jamón, las costillas, el lomo y estómago del tipo de cerdo. Existen 4 clases:

EL MERCADO DEL JAMÓN IBÉRICO Y EL JAMÓN SERRANO EN PAÍSES BAJOS

- AA: excepcionalmente buena musculatura
- A: buena a muy buena musculatura
- B: musculatura moderada
- C: escasa musculatura

La normativa sobre etiquetado aplicable en Países Bajos es la recogida por las directivas comunitarias correspondientes, con la matización de la traducción al neerlandés.

IX. ANEXOS

1. EMPRESAS

Para obtener un listado actualizado de importadores y distribuidores neerlandeses de jamones curados, puede contactarse la Oficina Económica y Comercial de España en La Haya: lahaya@mcx.es.

2. FERIAS

European Fine Food Fair

Salón de profesionales culinarios.

MECC Maastricht

23-25 de enero de 2006

Projectteam EFFF

Postbus 1630

6201 BP Maastricht

Países Bajos

Tel.: +31 43 383 8383

Fax: +31 43 383 8300

E-mail: efff@MECC.nl

<http://www.efff.nl>

(disponible en francés y neerlandés)

<http://www.mecc.nl>

(disponible en inglés y neerlandés)

Horecava

Feria de hostelería y catering

RAI Amsterdam

9-12 de enero de 2006

Projectteam Horecava

Postbus 77777

1070 MS Amsterdam

Países Bajos

Tel.: +31 20 549 3082

Fax: +31 20 549 1843

E-mail: horecava@rail.nl

<http://www.horecava.nl>

(disponible en inglés y neerlandés)

Nationale Food Week

Feria de productos alimenticios

Jaarbeurs, Utrecht

25-28 de marzo de 2007

VNU Exhibitions

Jaarbeursplein 6

3521 AL Utrecht

Países Bajos

Tel. : +31 30 295 2767

Fax: +31 30 295 2814

E-mail: nationalefoodweek@vnuexhibitions.nl

<http://www.nationalefoodweek.nl>

(disponible en neerlandés)

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Vleesindustrie

Revista para la industria cárnica

Frecuencia: 10 números por año

Editorial: ProCa-MPP Uitgeverij B.V.

Postbus 50

6880 AB Velp

Países Bajos

Tel.: +31 26 370 0027

Fax: +31 26 370 0302

E-mail: info@proca-mpp.com

<http://www.proca-mpp.com>

(disponible en neerlandés)

Meat and meal management

Revista del sector cárnico

Frecuencia: mensual

Editorial: Reed Business Information B.V.

Postbus 4

7000 BA Doetinchem

Países Bajos

Tel.: +31 31 435 8141

Fax: +31 31 433 3939

E-mail: marketing.food@reedbusiness.nl

<http://www.zibb.nl>

(disponible en neerlandés)

4. ASOCIACIONES

Productschappen Vee, Vlees en Eiren (PVE)

Asociación Interprofesional de Ganado,

Carne y Huevos

Postbus 460

2700 AL Zoetermeer

Países Bajos

Tel.: +31 79 368 7100

Fax: +31 79 368 7087

E-mail: pve-mc@pve.agro.nl

<http://www.pve.nl>

(disponible en neerlandés, inglés,
francés y alemán)

Voorlichtingsbureau Vlees

Asociación Neerlandesa de Carne

Postbus 878

2700 AW Zoetermeer

Países Bajos

Tel.: +31 79 363 4949

Fax: +31 79 363 4951

E-mail: info@hollandmeat.nl

<http://www.hollandmeat.nl>

(disponible en inglés, neerlandés,
alemán, italiano y griego)

Hoofdbedrijfshap Detailhandel

Asociación de comerciantes minoristas

Postbus 90703

2509 LS Den Haag

Países Bajos

Tel.: +31 70 338 56 66

Fax: +31 70 338 57 11

E-mail: info@hbd.nl

<http://www.hbd.nl>

(disponible en neerlandés)

Centrale Organisatie voor de Vleessector

Organización central de la industria cárnica

Postbus 61

2700 AB Zoetermeer

Países Bajos

Tel.: +31 79 363 4900

Fax: +31 79 363 4988

E-mail: info@cov.nl

<http://www.cov.nl>

(disponible en neerlandés)

Koninklijke Ned. Slagerorganisatie (KNS)

Organización sectorial neerlandesa de carnicerías

Postbus 1234

2280 CE Rijswijk

Países Bajos

Tel. : +31 70 390 6365

Fax: +31 70 390 4459

E-mail: slagerhuis@planet.nl

<http://www.knsnet.nl>

(disponible en neerlandés)

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimenticia

Postbus 20401

2500 EK La Haya

Países Bajos

Tel.: +31 70 378 6868

Fax: +31 70 378 6100

<http://www.minlnv.nl>

(disponible en neerlandés)

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Ministerio de Salud, Bienestar y Deporte

Postbus 20350

2500 EJ La Haya

Países Bajos

Tel.: +31 70 340 7890

Fax: +31 70 340 5333

<http://www.minvws.nl>

(disponible en neerlandés y en inglés)