

► Embutidos de Tenerife acudió a la tercera feria de alimentación más importante del mundo con dos novedades para Asia: el jamón cocido y la mortadela ibéricos. Montesano prevé subir más de un 30% su facturación en Japón.

■ EL DÍA, S/C de Tenerife

Tenerife apuesta por la introducción en el mercado japonés de productos cárnicos a través de la presentación de dos productos nuevos que marcan la diferencia en lo que a las exportaciones españolas de este tipo se refiere, como son el jamón cocido y la mortadela ibéricos. A ellos se suma también el jamón serrano curado.

Esta expansión ha corrido a cargo de la sociedad Embutidos de Tenerife, perteneciente al grupo canario Montesano, y que promocionó dichos productos en la última edición de la feria alimentaria Foodex de Tokio, que se celebró del 13 al 16 del pasado mes, y que está considerada como la tercera más importante del mundo en el sector y la primera de la región Asia-Pacífico. La empresa, la única canaria presente en el evento, participó en dicho certamen junto a un centenar de empresas españolas.

El presidente del Grupo Montesano, Martín García Garzón, primera empresa canaria que exporta productos cárnicos a Japón, precisó, en declaraciones a EL DÍA, que ésta es la primera vez que Tenerife da a conocer sus producciones cárnicas en ese país. No obstante, aclaró que el grupo realizó su primera incursión en la mencionada feria en el año 2001, de la mano de los productos ibéricos fabricados por la sociedad del grupo Montesano Extremadura en dicha comunidad, con los que han asistido a un total de cinco ediciones.

Señaló que esta presencia ha hecho que se haya convertido en el primer exportador de ibéricos desde dicha comunidad para Japón, con una facturación de tres millones de euros en 2006.

Asimismo, afirmó que las previsiones del mercado nipón se perfilan al alza, de forma que, apuntó, la empresa prevé incrementar su facturación de las exportaciones a Japón entre un 30% y un 40% este año, como consecuencia de un aumento tanto de los productos ya consolidados en dicho mercado como de la expansión de los productos tinerfeños.

Precios altos

Respecto a estos últimos, manifestó que la primera incursión se produjo el año pasado, con una degustación que se celebró en la Embajada de España en Tokio y en la que se presentaron tanto el jamón cocido ibérico como la mortadela ibérica, y donde se pudo comprobar la buena aceptación de la que fueron objeto, lo que animó a potenciar dichos productos en la última edición de Foodex.

García Garzón admitió que los productos ibéricos "están de moda" en el mercado japonés, al concebirse como saludables, lo que



El Grupo Montesano presentó en la feria Foodex de Tokio, por primera vez, una selección de tres productos procedentes de su fábrica tinerfeña. / FOTO CEDIDA

Tenerife se introduce en el mercado japonés con una oferta cárnica diferenciada



Martín García Garzón, presidente del Grupo Montesano, y Carmen García Pascual, responsable de Márketing de la firma. / RUTH DIONIS

garantiza su alta cotización. Por ello, explicó, la expansión de los tres productos fabricados en Tenerife puede convertirse en un importante complemento a las exportaciones del grupo canario.

Para consolidar dicha promoción, el Grupo Montesano complementó la asistencia a la feria con

otras acciones, explicó la responsable de Márketing del Grupo, Carmen García Pascual, como las desarrolladas en los centros comerciales Takashimaya, dirigidos a un público de alto nivel adquisitivo y que, a su vez, permite llevar estos productos directamente al consumidor, al que calificó como muy

selectivo y de un alto poder económico.

Asimismo, puntualizó que en estas promociones se dieron a conocer otros productos ibéricos, como chorizo, salchichón y jamón de la fábrica extremeña, así como el jamón serrano curado y la mortadela de la fábrica tinerfeña.

Especificó que esta acción ha sido la primera que se ha realizado para el público en general, ya que, puntualizó, el resto de iniciativas desarrolladas se han centrado tanto en el sector de la restauración como el de la distribución.

No obstante, los dos representantes de Montesano hicieron hincapié en que el grupo apuesta por cubrir la demanda de los diferentes segmentos poblacionales. En este sentido, García Pascual matizó que, mientras que el jamón cocido y la mortadela ibéricos se dirigen a un público de mayor nivel económico, en el caso del jamón serrano curado se pretende captar a un público de menor poder adquisitivo que no puede acceder al jamón ibérico, un producto cuyo precio por pieza en el mercado "puede superar los novecientos euros".

■ PERSPECTIVAS

Un mercado de calidad

● Los representantes de Montesano hicieron hincapié en que el mercado japonés resulta "muy interesante" para los productores españoles, ya que, señalaron, se trata de unos consumidores que apuestan por productos de calidad y que son objeto de una alta cotización en el mercado. Por ello, señaló Martín García Garzón, desde el grupo se está potenciando la expansión en este campo. En este sentido, precisó que Montesano está trabajando en el desarrollo de productos pertenecientes a la línea de platos preparados que puedan servir tanto para el mercado japonés como para el español y que se elaborarán en Tenerife, con la colaboración de productores japoneses. En estos momentos, está trabajando en la elaboración de lomo ibérico roast pork que, confía, podría estar en el mercado a finales de año.

● Por otro lado, García Garzón manifestó que Montesano tiene previsto también consolidar su presencia en otros puntos de Asia, para lo cual ultima los preparativos para asistir a una feria que se celebrará en Corea y a la que, señaló se acudirán en un principio con la selección de ibéricos de la fábrica de Extremadura, que, señaló, permitirán a su vez abrir la puerta a futuras exportaciones de los productos tinerfeños.

No obstante, agregó que en este caso la mayor competencia viene marcada por el jamón de Parma, aunque, en su opinión, se trata de un producto que puede ser desplazado.

Por otro lado, los representantes de Montesano puntualizaron que la expansión de las exportaciones cárnicas a Japón ha estado también marcada por la colaboración que se mantiene con el importador Yonekiu, el tercer fabricante cárnico de Japón. Esto, explicaron, ha facilitado tanto la introducción en el mercado como la presentación y corte de los productos para la venta.

García Garzón insistió en que la exportación fuera de España es un elemento que cada vez cobra más fuerza, teniendo en cuenta, dijo, que el mercado nacional se encuentra saturado en cuanto a estos productos.

A esto, dijo, se suma que Canarias cuenta con el inconveniente del coste del transporte, lo que obliga a apostar por mercados en los que el acceso a estos productos resulta más dificultoso y que, por lo tanto, están dispuestos a pagar precios más altos.

CAMPO INTERNACIONAL MASPALOMAS

CLUB GREEN OASIS
TODO INCLUIDO
ABRIL

Niños (0-6 años) **¡¡GRATIS!!**
Niños (7-16 años) por niño y día, desde ***18,00 €**
Adulto por persona y día, desde ***36,00 €**

*Oferta válida dependiendo de las fechas contratadas

www.clubgreenoasis.com 928 140 786

**VENDO INSTALACIONES
HÍPICAS (CLASIFICACIÓN DE
EQUIPAMIENTO PRIVADO)**

EN FINCA DE 13.200 m2
CON NAVE DE 600 m2 y
CASA DE PIEDRA DE 200 m2.

Buen acceso, cercanía del casco
urbano con espléndidas vistas
en La Esperanza. 1.900.000 €

Tel. 659 669 929
APTO PARA R.I.C.

**VIAJE A FORMULA 1
GRAN PREMIO DE ESPAÑA**
11 al 13 ó 14 de MAYO 2007

VUELOS + TRASLADOS (todos a Hotel y circuito) + HOTEL 4*
+ Media Pensión. ENTRADAS (Tribuna N o Pelousse)
DESDE 553 €

VIAJES VERODE
922-394061 / 62. Fax: 922-394134
verode2@viajesverode.com