



## El jamón serrano de la Fundación se presenta en Varsovia

La Fundación del Jamón Serrano presentó el pasado 23 de octubre en Polonia la ETG Jamón Serrano, bajo el patrocinio del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), y con la colaboración de la Embajada de España en Varsovia.

En este *showroom*, celebrado en el Hotel Intercontinental de Varsovia, el secretario de la Fundación, José Ramón Godoy, explicó el sistema de producción del jamón serrano y sus características nutricionales y organolépticas a importadores, medios de comunicación, restauradores y público, que se mostraron muy interesados por esta joya de la gastronomía española.



José Ramón Godoy explicó el sistema de producción de jamón serrano durante el acto.

A continuación, se llevó a cabo una demostración de corte del jamón serrano a cargo de un reconocido profesional, y los asistentes pu-

dieron degustar el producto y conocer más detalles sobre sus características, referidas tanto al proceso de fabricación como a sus propiedades gastronómicas como alimento integrado en la Dieta Mediterránea.

El acto fue clausurado por Francisco Fernández Fábregas, embajador de España en Varsovia, que destacó una vez más las virtudes del jamón serrano.

Esta iniciativa se enmarca en el plan de promoción del jamón serrano de la Fundación, tanto en los mercados exteriores como en España, con el objetivo de fomentar entre los consumidores un mayor conocimiento del Jamón Serrano como ETG.

## La campaña "Conoce el desayuno andaluz" llegará a más de cien centros escolares de la región

La Junta de Andalucía, la Fundación del Jamón Serrano y los Consejos Reguladores de la DOP Aceite de Oliva Virgen Extra Antequera, DOP Aceite de Oliva Virgen Extra Montoro-Adamuz y la IGP Tomate La Cañada-Níjar, ha puesto en marcha la campaña informativa "Conoce el desayuno andaluz", dirigida a los escolares de ocho a once años, en las ocho provincias andaluzas, para informarles sobre hábitos de alimentación saludable y la integración de estos productos andaluces tradicionales y de calidad, en un modelo de dieta recomendable.

Esta campaña, que ha dado comienzo el pasado mes de noviembre y que se extenderá hasta el mes de



abril de 2009, se va a llevar a cabo en cien centros escolares de toda Andalucía, y se espera llegar a difundir su contenido a unos 10.000 alumnos. Se realizarán talleres informativos y lúdicos impartidos por nutricionistas especializados en alimentación infantil, que se comple-

mentarán con una parte práctica, consistente en la entrega de una caja con los productos referidos e información didáctica incluida en un folleto y en un cuento.

El objetivo de esta iniciativa es la difusión entre los niños de uno de los modelos de alimentación más saludable, la Dieta Mediterránea, con productos de singulares características nutricionales y organolépticas como el jamón serrano, el aceite de oliva virgen extra y el tomate, cuyo consumo responsable les ayudará a preservar su salud y a prevenir la obesidad, fomentando entre los más jóvenes un estilo de vida saludable, que incluya el necesario ejercicio físico.

# La Fundación del Jamón Serrano continúa con sus actividades de promoción de Dusseldorf a Ciudad Real

La Fundación del Jamón Serrano ha estado presente recientemente en dos de las ferias europeas más importantes para el sector cárnico y alimentario, la primera de ellas, por orden cronológico, Intermeat, que se celebró del 28 de septiembre al 1 de octubre en la ciudad alemana de Dusseldorf.

Bajo el lema de "Productos Cárnicos del País del Sol", y dentro de la iniciativa Meatspecialiti.es, la Oficina de Exportación de la Carne de España (OECE) ha realizado una promoción genérica de todas las carnes y productos elaborados españoles, haciendo especial hincapié en aquellos que forman parte del sistema de calidad diferenciada de la Unión Europea, como las Denominaciones de

Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) o las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) como es el caso del jamón serrano.

Asimismo la FJS también ha participado en el Salón Internacional de la Alimentación (Sial), que ha tenido lugar en París del 19 al 23 del mes de octubre. Además, de cara a la celebración de Sial, la Fundación ha participado en el Garden Party que se celebró en el Ministerio de Agricultura y Pesca en París el pasado mes de julio y en la promoción de Alimentos de Castilla-La Mancha que ha tenido lugar durante el mes de octubre del aeropuerto parisino de Orly.

Por otro lado, en nuestro país, la Fundación ha participado a media-



dos del mes de octubre en la celebración del Día Mundial del Pan, en Ciudad Real, en colaboración con la Asociación de Fabricantes de Pan de esa provincia y la Concejalía de Turismo, ofreciendo más de 40.000 bocadillos a todos los ciudadanos que se acercaron a la plaza Mayor ciudadrealeña.

## Acuerdo de colaboración con la hostelería

Los presidentes de la Federación Española de Hostelería (FEHR), la Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (Confecarne) y la Fundación del Jamón Serrano (FJS) han firmado el pasado 1 de octubre un acuerdo de colaboración con el objetivo de impulsar en la sociedad española una mayor formación e información sobre las carnes y los productos cárnicos elaborados, a través de actuaciones conjuntas centradas en profesionales y clientes del sector hostelero.

Entre las iniciativas que se van a desarrollar destacan las relativas a programas de formación, información técnica y nutricional, calidad,



Representantes de las tres organizaciones en el momento de la firma.

seguridad y salud, innovación y tecnología, logística; responsabilidad social, estudios y conocimiento del mercado, así como actividades de promoción y comunicación y comercio exterior, y la interlocución con-

junta con las Administraciones Públicas.

Las tres entidades, que son las organizaciones empresariales más representativas en sus respectivos sectores, establecen así un marco permanente de colaboración que contribuya al desarrollo responsable y la mejora, tanto de la industria cárnica como del sector hostelero, uno de los canales más importantes para la distribución y consumo de sus productos.

Las ventas de carnes y elaborados en hostelería representan alrededor de 600 millones de kg, lo que supone más del 20% del volumen total de estos productos consumido por los españoles, según los datos del MARM.

## Premios Jamón Serrano Castilla-La Mancha

Este año se ha celebrado la primera edición de los Premios Jamón Serrano de Castilla-La Mancha. Los galardones se han distribuido en tres categorías: Bodega, Reserva y Gran Reserva, y ha recaído respectivamente en Samandy de Campofrío, Jamones Arroyo y Sánchez Alcaraz. Los premios están organizados por la Fun-

dación del Jamón Serrano en colaboración con la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural de la Junta de Castilla-La Mancha, y tienen como objetivo la promoción de los jamones elaborados en esta Comunidad con el sello de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) tanto a nivel nacional como internacional.



# Una aproximación a la estructura de financiación de las empresas de jamón serrano en España

La filial española del Grupo Warrant, GB Auxiga, ha realizado, en colaboración con la Fundación del Jamón Serrano, un estudio sobre la aproximación a la estructura de financiación de las empresas de jamón serrano en España, a partir de información contable y financiera de 37 compañías del sector del jamón curado, extraídas de bases de datos públicas.

El estudio muestra que el sector del jamón serrano es un sector muy atomizado, ubicándose las empresas productoras por toda la geografía española. Si bien las principales empresas del sector concentran un porcentaje significativo del mercado, la mayoría de las empresas son pymes, de carácter familiar, con un número limitado de empleados.

El mercado del jamón serrano y paletas está presidido por el bajo crecimiento en el consumo de los mismos, así como una ralentización en la producción. Por otro lado, la importación sigue siendo un medio de crecimiento por desarrollar, tanto en lo relativo al volumen exportado como al desarrollo de nuevos mercados.

La estrategia de evolución que siguen las industrias cárnicas está determinada por la mejora de la calidad y trazabilidad de los productos, la ganancia de penetración en los mercados externos, el desarrollo de nuevos productos y formatos diferenciadores y por último, un control de los costes para la mejora de los márgenes.

Entre otras conclusiones, cabe destacar que se ha producido un aumento

de la inversión en el sector productivo en un 27% y, consecuentemente, de las existencias, con una subida del 19%. Esto ha incrementado el endeudamiento, especialmente la deuda a largo plazo con una subida al 50%, sin embargo la deuda a corto plazo sigue siendo la de mayor peso relativo, representando un 51% del total. El incremento del endeudamiento ha sido consecuencia del mayor acceso a financiación bancaria, ofertas y reducidos costes. Otro factor destacado ha sido la disminución de la rotación de activos. Por último, se refleja una disminución en las rentabilidades provocado por un negocio muy intensivo en existencias y un efecto de las inversiones realizadas que aún no han tenido reflejo en crecimiento de ventas ni de márgenes.

## Etiquetado obligatorio a partir de mayo

A partir del próximo 1 de mayo de 2009 será obligatoria la inclusión del logotipo comunitario para las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) en el etiquetado del jamón serrano con esta denominación de calidad. En este sentido, cabe destacar que la etiqueta de la Fundación Jamón Serrano ya incluye el logotipo oficial de la Unión Europea para las ETGs.



## Jornada de formación para las asociaciones de consumidores

Dentro del acuerdo de colaboración firmado entre el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), las organizaciones de consumidores y Confecarne y la Fundación del Jamón Serrano para impulsar el conocimiento de la industria cárnica y formar a los consumidores, se ha celebrado en Madrid una Jornada de Formación de Formadores en Productos Cárnicos de Calidad, dirigida a las principales organizaciones de consumidores, que ha sido inaugurada por Francisco Mombiela, director general de Industrias y Mercados Alimentarios del MARM.

En esta jornada, expertos de Confecarne, la Oficina de Exportación de la Carne de España (OECE) y la Fundación del Jamón Serrano explicaron a los representantes de los consumidores, por una parte, el modelo cárnico de producción de la Unión Europea, con sus elevadas exigencias de control, trazabilidad y seguridad alimentaria,



Miguel Huerta (AICE) y Francisco Mombiela (MARM) durante la inauguración de la Jornada.

unas medidas que implican elevados costes para la agroindustria comunitaria, que pone en el mercado los alimentos más seguros del planeta. Y por otra parte, les informaron de los productos cárnicos españoles amparados por figuras de calidad diferenciada, como Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG); el Jamón Serrano, la única ETG cárnica de España; y la identificación de estos productos en el mercado, el etiquetado, los sistemas de trazabilidad y el control de calidad.

## «El jamón serrano debe estar en la dieta diaria desde la infancia»

Jugador del Estudiantes, del Real Madrid y de la Selección Española de Baloncesto, Alberto Herreros, hoy director Deportivo del Real Madrid de Baloncesto, considera imprescindible la presencia del jamón serrano en la dieta diaria de cualquier persona, especialmente de los niños.

**Pregunta.- ¿Qué importancia tuvo el jamón serrano durante su trayectoria profesional como jugador de baloncesto? ¿Qué lugar ocupaba en su dieta?**

**Alberto Herreros.-** En mi casa siempre hemos sido bastante comedores de jamón serrano. Desde mis padres hasta mis hijos. En mi casa era muy habitual que nos dieran a mi hermano y a mí un buen bocadillo de jamón con un poco de aceite y tomate. No te digo que fuera todos los días pero sí muy habitualmente.

Más tarde, en mi época como jugador profesional de baloncesto también lo consumía a menudo, tanto en la dieta diaria como asociado a las celebraciones. Cada vez que ganábamos un partido, el jamón serrano no faltaba.

Un día ocurrió una anécdota curiosa. Cuando estaba en el Estudiantes, mi compañero Harper Williams afirmaba que él no comía carne de cerdo. No le gustaba o simplemente no la quería. Un día probó el jamón serrano y preguntó qué era aquello, al decirle que era un producto del cerdo, no lo podía creer, y no paraba de repetir «no, esto no puede ser cerdo».

**P.- ¿Considera el jamón serrano un buen ingrediente para la alimentación de los deportistas en general?**

**A. H.-** Sí, sin duda. En mi caso, el delegado del equipo, cuando acudíamos a los hoteles de concentración y confeccionaba el menú, siempre incluía antes de la comida un poquito de jamón serrano.

**P.- ¿Qué espacio ocupa el jamón serrano en su alimentación actual?**

**A. H.-** Sigo consumiéndolo. Además he tratado de transmitir esa herencia a mis hijos, que son amantes del jamón. Se vuelven locos con un buen bocadillo de jamón serrano.

**P.- ¿Ha evolucionado mucho la alimentación de los jugadores de baloncesto después de su retirada?**

**A. H.-** Personalmente la mía no. Yo nunca he comido nada especial, ni como jugador ni ahora que ya no practico deporte de forma profesional. Simplemente hay que guardar una dieta sana y equilibrada.

**P.- La Fundación del Jamón Serrano ha organizado un Tour entre los escolares de nuestro país para enseñarles la base de una buena alimentación, ¿qué opinión le merece esta iniciativa?**



**A. H.-** Me parece fenomenal. Yo creo que este producto está a la orden del día de todos los hogares españoles. Pienso que el jamón serrano debe estar en la dieta diaria desde la más tierna infancia.

**P.- Asistimos en España a un preocupante incremento de la obesidad infantil. ¿Cree que se debe más a la mala alimentación o al sedentarismo?**

**A. H.-** Creo que las dos cosas influyen. Estamos en la sociedad de los videojuegos y la bollería industrial. Los niños salen menos a la calle a practicar deporte y cada vez hay menos deportistas.

La prisa que llevamos en todas nuestras actividades tampoco ayuda a una buena alimentación. No nos preocupamos lo suficiente de los chavales, de lo que hacen y de lo que comen. Creo que tenemos que cuidar mucho más la dieta de nuestros hijos y la nuestra propia. Aparte considero que hay que motivar, y si no obligar, a los hijos a que practiquen deporte y lleven una vida más sana.

• Vitolas, marchamos y corbatines, numerados y sin numerar.

• Etiquetas adhesivas y colgantes.

• Librillos de instrucciones, insertados o separados de las vitolas.

• También expositores para sobres de loncheados, carteles y displays en plástico para publicidad y campañas de marketing.

**b2Pack**  
business to pack

www.b2pack.com

Fundidores, 38 - Pol. Ind. Los Angeles - 28906 GETAFE (Madrid) - Tel.: 91 665 36 10 - Fax: 91 665 36 11 - info@b2pack.com - www.b2pack.com