

Contra Parma y Bayona

por Enrique Calduch
El Consorcio del Jamón Serrano Español, del brazo del ICEX, se abre paso en los mercados internacionales con la baza de su calidad.

En poco menos de un año han duplicado sus ventas en mercados tan importantes como el norteamericano, el japonés o el mexicano. Aunque el ibérico de bellota es el buque insignia de los productos gastronómicos españoles, el jamón serrano, el de siempre, de cerdo blanco, bien hecho, bien curado, lleva a cabo también su particular batalla para abrirse paso en el mercado internacional, donde otros jamones, también de cerdo blanco como los italianos de Parma y San Danielle, y el francés de Bayona, están muy afianzados. El jamón serrano es una de las especialidades cárnicas mejores que existen, gracias a una curación con sal que requiere un clima seco y frío. En muchos países tienen que cocerlo o ahumarlo porque carecen de condiciones climáticas para curarlo de forma natural, que es como está más rico. En esto, España es una gran potencia pero no única, porque italianos y franceses, fundamentalmente, elaboran y lo hacen bien. Ser socios fundadores de la Unión Europea -que es donde más se vende- ha permitido que los italianos, sobre todo los de Parma, se pusieran enseguida a la cabeza del mercado internacional.

En el año 90, las empresas españolas de jamón serrano con vocación exportadora deciden constituir el Consorcio del Jamón Serrano Español, con el objetivo de unir esfuerzos para abrir mercados en la exportación. Empresas grandes, medianas y



El jamón serrano de cerdo blanco bien curado es un manjar exquisito.

pequeñas, que en el mercado nacional son competencia directa, de cara al exterior pelean juntas. Representan entre ellas el 40% de la producción de jamón serrano y el 70% de lo que se exporta. En 2005 exportaron 3.500 toneladas de jamón con la contramarca de calidad.

El listón de la calidad

Al Consorcio se puede sumar cualquier industrial jamonero, con la única condición de que su producto supere unos parámetros de calidad que los elaboradores consorciados se han impuesto. A lo largo de estos años se han inspeccionado hasta quince millones de piezas. "Italia nos lleva años de ventaja, pero cada día acortamos posiciones porque estamos actuando con mucha competitividad", explica Julio Tapiador, presidente del Consorcio. "El Instituto de Comercio

Exterior (ICEX) está en el eje de toda nuestra estrategia exportadora; es básico, porque está apoyando al sector con fuerza; aunque, naturalmente, apoya al que se moja, lo mismo que en otros sectores como el del vino, en el que las empresas que invierten y arriesgan en exportación reciben la ayuda del ICEX, pero primero tienen que invertir ellas, como es lógico". Julio Tapiador afirma que el otro eje obligatorio es la calidad. "Si queremos potenciar la marca Serrano Español es necesario presentar un producto primoroso, que vaya ganando prestigio. Por eso nos hemos puesto unos controles de calidad rigurosos, que revierten en el precio, pero eso es prestigio también", añade. "Nuestros jamones están referenciados como *premium*, es decir, la máxima calidad, por eso a veces da hasta rabia

encontrarte en supermercados extranjeros jamones españoles a precios ridículos, lo que ya indica qué nivel de calidad pueden tener. Desde luego, no llevan la etiqueta del Consorcio", insiste Tapiador. De momento, están exportando a más de veinte países a donde acuden a ferias, ha-

El objetivo es potenciar la marca Serrano Español con un riguroso control de calidad

cen degustaciones, se llevan expertos cortadores, lo que rápidamente hace que se forme un corrillo de compradores a su alrededor. Están abriéndose paso en mercados difíciles, como el japonés o el estadounidense. "Estados Unidos es un país muy complicado para la importación de productos cárnicos, por eso, antes de autorizarte a vender allí, vienen primero a mirarte con lupa. Pues bien, todas las industrias homologadas para exportar a aquel país pertenecen a nuestro Consorcio del Jamón Serrano Español", comenta orgulloso Tapiador. Calidad y promoción. Buena elaboración, buenas curaciones, controles rigurosos del producto, promoción, inversiones y ayuda estatal. Es la única vía para ganar mercado frente a italianos y franceses. En el Consorcio lo saben muy bien, así que a por ellos, oé.