

Julio Tapiador, Presidente del CMJ

# “Es necesario fomentar una cultura del jamón similar a la que se ha promovido en el mundo del vino”

El **XI Congreso Mundial de Jamón** se celebrará los próximos 8, 9 y 10 de junio de 2022 en Segovia. Se trata de un evento único en el mundo en su género que ha alcanzado un extraordinario éxito desde su primera edición en 2001 celebrada en Córdoba, debido a que ha sabido acercar y compartir los avances y los problemas en un mismo foro, donde participan cientos de operarios del sector.

■ **Qué vamos a encontrar de nuevo en esta XI Edición del CMJ?**  
 Aunque llevamos más de 20 años realizando este Congreso, para nosotros siempre es novedoso. En el caso de esta edición, regresamos de manera presencial y la sede elegida ha sido el IE de Segovia, situado en el convento Santa Cruz la Real, un edificio histórico declarado Patrimonio Nacional en 1931.

Además, este año hemos querido poner en valor la importancia que tiene la sostenibilidad y la innovación dentro del sector del jamón. Todo ello, gracias a un programa único pensado en satisfacer las inquietudes de este sector que se encuentra en un constante crecimiento. En concreto, el programa se distribuye en 9 bloques, donde se hablarán de los temas más actuales en el mercado del jamón como son la materia prima, seguridad alimentaria, nuevos procesos y tecnologías y las principales tendencias en los mercados internacionales, en cada uno de estos bloques habrá presentaciones de absoluta novedad.

■ **¿Qué ha supuesto esta dura etapa de pandemia para el CMJ?**

Estos últimos años han sido de los más duros desde que comenzamos nuestra andadura en el año 2001. Y es que nos hemos tenido que adaptar a una pandemia que ha influido en la celebración de este evento. En 2021 tuvimos que posponer la cita hasta junio de este año, una decisión muy meditada pero responsable con el sector y con todos los congresistas. Desde ese momento, nuestra prioridad ha sido poder organizar la XI edición del Congreso Mundial del Jamón de forma segura para ponentes y público, y garantizando el alto nivel que viene teniendo este evento desde sus inicios. No obstante, y mientras tanto, bajo el lema #EnRutaHaciaEIXICMJ, hemos organizado eventos, jornadas y actividades de apoyo al sector para abordar la situación general y perspectivas a nivel nacional e internacional.

■ **¿Han cambiado mucho los hábitos de compra y consumo de jamón tras la pandemia?**

A pesar de haber atravesado una crisis mundial nunca vista, esto nos ha servido para re-



Congreso  
Mundial  
del Jamón

Patrocinador



flexionar sobre nuestro modelo de negocio, aprender de los errores y rectificar de cara al futuro. Somos un sector resiliente y que ha aguantado bien. Por ejemplo, el sector del porcino ibérico, tras un duro año de restricciones en el canal Horeca, vio impulsadas sus ventas a lo largo de 2021 gracias a la reapertura de la hostelería, uno de los principales canales de distribución de sus productos.

Y es que el consumo de jamón está suficientemente consolidado en los diferentes mercados y, además, se trata de un producto muy bien valorado por los consumidores.

**¿Está afectando al consumo de jamón los nuevos hábitos alimentarios que se van imponiendo en muchos países?**

Los jamones españoles, procedentes de cerdo blanco y de cerdo ibérico, se encuentran entre los productos más demandados por el consumidor fuera de nuestras fronteras.

Tanto es así que, desde hace años, los principales países europeos consumidores de este producto son Francia, que ha visto aumentar su valor en un 10,59% durante 2021; y Alemania en segundo lugar. A estos países les siguen Portugal e Italia en compra de jamón procedente de España.

Fuera de las fronteras europeas, China es un país donde hasta hace un par de años no podían vender jamón de hueso. A pesar de ello, ahora es el segundo país en consumo de jamón ibérico después de España y cada vez importa más producto español.

**¿Qué retos tiene por delante el mundo del jamón?**

Nuestros retos más importantes pasan por llevar a cabo grandes avances en el desarrollo de nuevos mercados, además de continuar en la evolución de los procesos de producción y en materia de innovación con nuevos materiales de envase y embalaje que, en definitiva, mejorarán todas las características del producto en el mercado. Además, creo necesario promover una cultura del jamón, similar a la que se ha fomentado, con acierto, en el mundo del vino.

**¿El jamón tiene aseguradas las próximas décadas?**

El jamón es uno de los alimentos estrella y más genuinos de España y estoy completamente seguro, que en las próximas décadas continuará creciendo tanto en el mercado nacional como a nivel internacional.

**¿Habría que dirigirse más a la población joven para fomentar el consumo de jamón?**

La población joven, es decir, los millennials y centennials, son las nuevas generaciones de consumidores. Estos mantienen una buena relación con el jamón y, según algunos estudios, disfrutan con el consumo del jamón de cerdo ibérico y de cerdo blanco. No obstante, las generaciones van cambiando con los años y hemos de seguir fomentando su consumo entre ellos, porque también beneficia a su salud. En la actualidad, para intentar llegar a estas nuevas generaciones de consumidores es necesario hacerlo a través de las redes sociales, algo que también trataremos en este congreso.

**¿Por qué Segovia para esta edición del CMJ?**

La industria cárnica en Segovia posee un peso muy importante, siendo la producción de jamón una de las actividades con más tradición. Un dato importante para destacar es que el producto vendido en el

**➤ MÁS SOBRE NUESTRO ENTREVISTADO**

**Julio Tapiador** es el presidente del **Congreso Mundial del Jamón**. Ingeniero con una formación especializada en Industrias Cárnicas, es también Diplomado en Microbiología de los Alimentos. Comenzó su carrera como director de Calidad e I+D en Grupo Navidul hace más de tres décadas. En la actualidad es consultor y asesor de industrias cárnicas. Una trayectoria que aúna el trabajo en un producto tradicional e imprescindible en la dieta española, con la investigación científica que ha desarrollado a lo largo de estos años.

exterior que más economía mueve para la provincia de Segovia es el jamón.

Teniendo en cuenta estos datos, valoramos la celebración del XI Congreso del Jamón en esta ciudad por su potencial turístico,



histórico, humano y, por supuesto, su potencial gastronómico. Que esta nueva edición se celebre en Segovia será toda una experiencia para los asistentes. Además, como cada año, hemos elaborado un programa social donde podrán visitar esta ciudad, una ciudad llena de historia y monumentos, Patrimonio de la Humanidad.

**¿Aspira el CMJ, como su nombre indica, a convertirse en un evento de relevancia internacional?**

Sin duda, para el sector jamonero es importante contar con un foro donde se hable y se traten temas cruciales que les ayuden a identificar áreas de mejora. Por ejemplo, para los profesionales es determinante el conocimiento de la normativa, el desarrollo tecnológico, la valoración de tendencias, etc. Por todo ello, este Congreso es el punto de encuentro de referencia para los profesionales del sector del jamón y cada año buscamos ampliar su alcance al resto del mundo incrementando así en los cinco continentes el prestigio de este producto y la importancia de un sector de referencia mundial. Recordemos, además, que el congreso se ha celebrado en dos sedes de

otros países, Francia y Portugal, lo cual ratifica su carácter internacional.

**¿Cómo ha cambiado el sector desde la primera edición del CMJ hasta ahora?**

Desde nuestra primera edición en 2001, en Córdoba, el sector jamonero ha experimentado muchos cambios, a título de ejemplo vamos a citar algunos de ellos: a nivel de producción, podemos citar la automatización de líneas de trabajo y el desarrollo y aplicación de equipos de visión artificial, tratamiento con altas presiones hidrostáticas en producto acabado o la utilización de sal baja en sodio para reducir el contenido del mismo en el producto acabado.

En cuanto a los mercados, vemos el continuo incremento de los productos loncheados tanto a nivel nacional como internacional, destacando una presencia en continuo crecimiento en los mercados de países terceros. Otro aspecto desarrollado en los últimos años es la implantación del mercado ecommerce, al cual auguramos una importancia capital para el sector de cara a los próximos años ●

