

Más de un centenar de profesionales nipones participan en el Curso y Concurso de Cortadores de Jamón en Japón de la Junta



Noticias

En esta edición de 2015, han sido 138 los alumnos participantes en el curso, y 55 los profesionales participantes en el concurso

Un total de 143 profesionales del mundo de la gastronomía japonesa han participado en el '**V Concurso de Cortadores de Jamón**' y el '**IX Seminario de Cortadores de Jamón Ibérico**', que se han celebrado en las ciudades de Tokio y Osaka (Japón) durante los días 23, 24 y 25 de junio. Los ganadores han sido los japoneses Kaito Kakiuchi, de Ibérico-Ya Roppongi, y Yousuke Tezuka, de El Bogavante 346, en las convocatorias de Tokio y Osaka respectivamente.

En cuanto al seminario formativo, acumula ya más de 2.000 participantes desde que la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, iniciase su convocatoria en 2007. En esta ocasión, el seminario práctico ha coincidido con la quinta edición del concurso de cortadores, que ya cuenta con una trayectoria de más de 279 participantes en las ediciones convocadas desde 2007.

En esta edición de 2015, han sido 138 los alumnos participantes en el curso, y 55 los profesionales participantes en el concurso. Asimismo, el encuentro, que ha contado con la participación de las marcas onubenses de jamón ibérico Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo, ha sido organizado en colaboración con la National Chef's Association (AJCA), la HBA (Hotel Barmen's Association), la NBA (Nippon Bartenders' Association) y la Oficina de Promoción Exterior de Extenda en Japón.

El encuentro internacional se celebra bajo una iniciativa que recoge dos certámenes: concursos de cortadores de jamón de carácter bienal, que tienen lugar los años impares, y seminarios prácticos anuales. De este modo, las jornadas lectivas han quedado impartidas durante las mañanas para posteriormente celebrar la competición en horario de tarde.

Por un lado, el día 23 el certamen ha tenido su primera jornada en la ciudad de Tokio, donde se han reunido un total de 73 asistentes en el seminario y 28 competidores en el concurso de cortadores de jamón ibérico. En cambio, la segunda sesión se ha celebrado en Osaka, donde el día 25 se reunieron 65 participantes en las jornadas formativas y 27 concursantes.

El objetivo de estas jornadas se centra en dar a conocer el origen, elaboración y corte del jamón ibérico, uno de los manjares más deliciosos y naturales de la gastronomía española, cuya producción se concentra en la zona suroeste de España, gran parte en Andalucía. El seminario ha contado entre sus participantes con dos empresas andaluzas productoras de jamón ibérico que están presentes actualmente en el mercado de Japón: las onubenses Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo.

Además, la cita ha contado en esta edición con la ponencia impartida por Jesús Delgado, cortador profesional de jamón, y con la presencia de los ganadores de los concursos celebrados en otros años, que han compartido sus experiencias y conocimientos con los asistentes, además de presentar como modelo un plato de jamón cortado por ellos mismos.

Internacionalización del jamón ibérico

Extenda fue galardonada en 2010 con el premio 'Takaishi-sho', dedicado al desarrollo internacional, que concede la Asociación Japonesa de Cocineros (AJCA) como reconocimiento a la labor de internacionalización del jamón ibérico andaluz y sus técnicas de corte en el país nipón.

Este premio ha sido concedido a la Agencia de Promoción Exterior de la Junta de Andalucía ya que desde 2007, Extenda lleva a cabo diferentes campañas de promoción del jamón andaluz. Para ello, en los años pares, como el actual, se encarga de organizar seminarios teóricos y prácticos, y en los años impares, incluye un concurso bienal para elegir al mejor cortador de jamón ibérico de Japón.

Internacionalización del jamón ibérico

Las exportaciones globales de jamón y paleta de Andalucía al mundo alcanzaron unos ingresos por valor de 15 millones de euros en 2014, lo que supone un crecimiento del 20% con respecto a las ventas del año anterior. En concreto, la provincia de Huelva representa el 39% del total con 1,2 millones y ya supera los 4 millones en el primer cuatrimestre del 2015, con lo que ha más que triplicado sus ventas. Asimismo, la exportación de jamón y paleta al mercado nipón, logró unos ingresos de 605.000 euros en 2014, un 17,7% más que el año anterior.

Mercado japonés

Japón es un mercado atractivo que representa la tercera economía mundial después de Estados Unidos y China, y posee una población tres veces superior a la española. Según datos de Extenda, el consumidor nipón tiene un gran interés por los productos extranjeros y mantiene una capacidad adquisitiva muy alta, incluso épocas de crisis económica, ya que es un mercado que busca calidad, y en concordancia con ello está dispuesto a pagar precios muy altos por ella.

En este sentido, se trata de un mercado con cada vez más presencia andaluza. En 2014, Andalucía exportó un 21,2% más de productos agroalimentarios y bebidas a Japón que el año anterior, hasta alcanzar los 115,7 millones de euros en ventas. Andalucía es de este modo la segunda comunidad tras Cataluña en ventas de alimentos al país nipón. Asimismo, en los primeros cuatro meses de 2015, las exportaciones han mejorado sus cifras con respecto al mismo período del año anterior y ya han crecido un 20,5% (50,2 millones de euros).

Por provincias en 2014, destaca Sevilla (38,7 millones de euros) que con el 33,5% del total y un alza del 23,2% con respecto a 2013, lidera las ventas. Málaga se alza tras ella con un acentuado crecimiento del 136,2% y 30,6 millones de euros. En tercer lugar está Cádiz, con el 24% del total exportado y 27,7 millones.

En cuanto a los productos exportados, en primer lugar está el aceite de oliva con 60 millones de euros (52 % del total) y un aumento del 28,2%; en segunda posición están los productos cárnicos, con 16,2 millones y un abultado crecimiento del 187,5% (14% del total); seguidos de pescados y marisco con 15 millones y un total del 13%. En cuarto lugar está la panadería con 9,8 millones de ingresos y un alza del 16% (8,5% del total); seguida de los productos hortofrutícolas, con 7,8 millones en ventas; y de las bebidas, que suman casi 2 millones de euros.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1385.html#sthash.nwPahtM0.dpuf

Un total de 143 profesionales del mundo de la gastronomía japonesa han participado en el '**V Concurso de Cortadores de Jamón**' y el '**IX Seminario de Cortadores de Jamón Ibérico**', que se han celebrado en las ciudades de Tokio y Osaka (Japón) durante los días 23, 24 y 25 de junio. Los ganadores han sido los japoneses Kaito Kakiuchi, de Ibérico-Ya Roppongi, y Yousuke Tezuka, de El Bogavante 346, en las convocatorias de Tokio y Osaka respectivamente.

En cuanto al seminario formativo, acumula ya más de 2.000 participantes desde que la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, iniciase su convocatoria en 2007. En esta ocasión, el seminario práctico ha coincidido con la quinta edición del concurso de cortadores, que ya cuenta con una trayectoria de más de 279 participantes en las ediciones convocadas desde 2007.

En esta edición de 2015, han sido 138 los alumnos participantes en el curso, y 55 los profesionales participantes en el concurso. Asimismo, el encuentro, que ha contado con la participación de las marcas onubenses de jamón ibérico Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo, ha sido organizado en colaboración con la National Chef's Association (AJCA), la HBA (Hotel Barmen's Association), la NBA (Nippon Bartenders' Association) y la Oficina de Promoción Exterior de Extenda en Japón.

El encuentro internacional se celebra bajo una iniciativa que recoge dos certámenes: concursos de cortadores de jamón de carácter bienal, que tienen lugar los años impares, y seminarios prácticos anuales. De este modo, las jornadas lectivas han quedado impartidas durante las mañanas para posteriormente celebrar la competición en horario de tarde.

Por un lado, el día 23 el certamen ha tenido su primera jornada en la ciudad de Tokio, donde se han reunido un total de 73 asistentes en el seminario y 28 competidores en el concurso de cortadores de jamón ibérico. En cambio, la segunda sesión se ha celebrado en Osaka, donde el día 25 se reunieron 65 participantes en las jornadas formativas y 27 concursantes.

El objetivo de estas jornadas se centra en dar a conocer el origen, elaboración y corte del jamón ibérico, uno de los manjares más deliciosos y naturales de la gastronomía española, cuya producción se concentra en la zona suroeste de España, gran parte en Andalucía. El seminario ha contado entre sus participantes con dos empresas andaluzas productoras de jamón ibérico que están presentes actualmente en el mercado de Japón: las onubenses Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo.

Además, la cita ha contado en esta edición con la ponencia impartida por Jesús Delgado, cortador profesional de jamón, y con la presencia de los ganadores de los concursos celebrados en otros años, que han compartido sus experiencias y conocimientos con los asistentes, además de presentar como modelo un plato de jamón cortado por ellos mismos.

Internacionalización del jamón ibérico

Extenda fue galardonada en 2010 con el premio 'Takaishi-sho', dedicado al desarrollo internacional, que concede la Asociación Japonesa de Cocineros (AJCA) como reconocimiento a la labor de internacionalización del jamón ibérico andaluz y sus técnicas de corte en el país nipón.

Este premio ha sido concedido a la Agencia de Promoción Exterior de la Junta de Andalucía ya que desde 2007, Extenda lleva a cabo diferentes campañas de promoción del jamón andaluz. Para ello, en los años pares, como el actual, se encarga de organizar seminarios teóricos y prácticos, y en los años impares, incluye un concurso bienal para elegir al mejor cortador de jamón ibérico de Japón.

Internacionalización del jamón ibérico

Las exportaciones globales de jamón y paleta de Andalucía al mundo alcanzaron unos ingresos por valor de 15 millones de euros en 2014, lo que supone un crecimiento del 20% con respecto a las ventas del año anterior. En concreto, la provincia de Huelva representa el 39% del total con 1,2 millones y ya supera los 4 millones en el primer cuatrimestre del 2015, con lo que ha más que triplicado sus ventas. Asimismo, la exportación de jamón y paleta al mercado nipón, logró unos ingresos de 605.000 euros en 2014, un 17,7% más que el año anterior.

Mercado japonés

Japón es un mercado atractivo que representa la tercera economía mundial después de Estados Unidos y China, y posee una población tres veces superior a la española. Según datos de Extenda, el consumidor nipón tiene un gran interés por los productos extranjeros y mantiene una capacidad adquisitiva muy alta, incluso épocas de crisis económica, ya que es un mercado que busca calidad, y en concordancia con ello está dispuesto a pagar precios muy altos por ella.

En este sentido, se trata de un mercado con cada vez más presencia andaluza. En 2014, Andalucía exportó un 21,2% más de productos agroalimentarios y bebidas a Japón que el año anterior, hasta

alcanzar los 115,7 millones de euros en ventas. Andalucía es de este modo la segunda comunidad tras Cataluña en ventas de alimentos al país nipón. Asimismo, en los primeros cuatro meses de 2015, las exportaciones han mejorado sus cifras con respecto al mismo período del año anterior y ya han crecido un 20,5% (50,2 millones de euros).

Por provincias en 2014, destaca Sevilla (38,7 millones de euros) que con el 33,5% del total y un alza del 23,2% con respecto a 2013, lidera las ventas. Málaga se alza tras ella con un acentuado crecimiento del 136,2% y 30,6 millones de euros. En tercer lugar está Cádiz, con el 24% del total exportado y 27,7 millones.

En cuanto a los productos exportados, en primer lugar está el aceite de oliva con 60 millones de euros (52 % del total) y un aumento del 28,2%; en segunda posición están los productos cárnicos, con 16,2 millones y un abultado crecimiento del 187,5% (14% del total); seguidos de pescados y marisco con 15 millones y un total del 13%. En cuarto lugar está la panadería con 9,8 millones de ingresos y un alza del 16% (8,5% del total); seguida de los productos hortofrutícolas, con 7,8 millones en ventas; y de las bebidas, que suman casi 2 millones de euros.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1385.html#sthash.nwPahtM0.dpuf

Un total de 143 profesionales del mundo de la gastronomía japonesa han participado en el **‘V Concurso de Cortadores de Jamón’** y el **‘IX Seminario de Cortadores de Jamón Ibérico’**, que se han celebrado en las ciudades de Tokio y Osaka (Japón) durante los días 23, 24 y 25 de junio. Los ganadores han sido los japoneses Kaito Kakiuchi, de Ibérico-Ya Roppongi, y Yousuke Tezuka, de El Bogavante 346, en las convocatorias de Tokio y Osaka respectivamente.

En cuanto al seminario formativo, acumula ya más de 2.000 participantes desde que la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, iniciase su convocatoria en 2007. En esta ocasión, el seminario práctico ha coincidido con la quinta edición del concurso de cortadores, que ya cuenta con una trayectoria de más de 279 participantes en las ediciones convocadas desde 2007.

En esta edición de 2015, han sido 138 los alumnos participantes en el curso, y 55 los profesionales participantes en el concurso. Asimismo, el encuentro, que ha contado con la participación de las marcas onubenses de jamón ibérico Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo, ha sido organizado en colaboración con la National Chef's Association (AJCA), la HBA (Hotel Barmen's Association), la NBA (Nippon Bartenders' Association) y la Oficina de Promoción Exterior de Extenda en Japón.

El encuentro internacional se celebra bajo una iniciativa que recoge dos certámenes: concursos de cortadores de jamón de carácter bienal, que tienen lugar los años impares, y seminarios prácticos anuales. De este modo, las jornadas lectivas han quedado impartidas durante las mañanas para posteriormente celebrar la competición en horario de tarde.

Por un lado, el día 23 el certamen ha tenido su primera jornada en la ciudad de Tokio, donde se han reunido un total de 73 asistentes en el seminario y 28 competidores en el concurso de cortadores de jamón ibérico. En cambio, la segunda sesión se ha celebrado en Osaka, donde el día 25 se reunieron 65 participantes en las jornadas formativas y 27 concursantes.

El objetivo de estas jornadas se centra en dar a conocer el origen, elaboración y corte del jamón ibérico, uno de los manjares más deliciosos y naturales de la gastronomía española, cuya producción se concentra en la zona suroeste de España, gran parte en Andalucía. El seminario ha contado entre sus participantes con dos empresas andaluzas productoras de jamón ibérico que están presentes actualmente en el mercado de Japón: las onubenses Sánchez Romero Carvajal (5J) y Consorcio de Jabugo.

Además, la cita ha contado en esta edición con la ponencia impartida por Jesús Delgado, cortador profesional de jamón, y con la presencia de los ganadores de los concursos celebrados en otros años, que han compartido sus experiencias y conocimientos con los asistentes, además de presentar como modelo un plato de jamón cortado por ellos mismos.

Internacionalización del jamón ibérico

Extenda fue galardonada en 2010 con el premio 'Takaishi-sho', dedicado al desarrollo internacional, que concede la Asociación Japonesa de Cocineros (AJCA) como reconocimiento a la labor de internacionalización del jamón ibérico andaluz y sus técnicas de corte en el país nipón.

Este premio ha sido concedido a la Agencia de Promoción Exterior de la Junta de Andalucía ya que desde 2007, Extenda lleva a cabo diferentes campañas de promoción del jamón andaluz. Para ello, en los años pares, como el actual, se encarga de organizar seminarios teóricos y prácticos, y en los años impares, incluye un concurso bienal para elegir al mejor cortador de jamón ibérico de Japón.

Internacionalización del jamón ibérico

Las exportaciones globales de jamón y paleta de Andalucía al mundo alcanzaron unos ingresos por valor de 15 millones de euros en 2014, lo que supone un crecimiento del 20% con respecto a las ventas del año anterior. En concreto, la provincia de Huelva representa el 39% del total con 1,2 millones y ya supera los 4 millones en el primer cuatrimestre del 2015, con lo que ha más que triplicado sus ventas. Asimismo, la exportación de jamón y paleta al mercado nipón, logró unos ingresos de 605.000 euros en 2014, un 17,7% más que el año anterior.

Mercado japonés

Japón es un mercado atractivo que representa la tercera economía mundial después de Estados Unidos y China, y posee una población tres veces superior a la española. Según datos de Extenda, el consumidor nipón tiene un gran interés por los productos extranjeros y mantiene una capacidad adquisitiva muy alta, incluso épocas de crisis económica, ya que es un mercado que busca calidad, y en concordancia con ello está dispuesto a pagar precios muy altos por ella.

En este sentido, se trata de un mercado con cada vez más presencia andaluza. En 2014, Andalucía exportó un 21,2% más de productos agroalimentarios y bebidas a Japón que el año anterior, hasta alcanzar los 115,7 millones de euros en ventas. Andalucía es de este modo la segunda comunidad tras Cataluña en ventas de alimentos al país nipón. Asimismo, en los primeros cuatro meses de 2015, las exportaciones han mejorado sus cifras con respecto al mismo período del año anterior y ya han crecido un 20,5% (50,2 millones de euros).

Por provincias en 2014, destaca Sevilla (38,7 millones de euros) que con el 33,5% del total y un alza del 23,2% con respecto a 2013, lidera las ventas. Málaga se alza tras ella con un acentuado crecimiento del 136,2% y 30,6 millones de euros. En tercer lugar está Cádiz, con el 24% del total exportado y 27,7 millones.

En cuanto a los productos exportados, en primer lugar está el aceite de oliva con 60 millones de euros (52 % del total) y un aumento del 28,2%; en segunda posición están los productos cárnicos, con 16,2 millones y un abultado crecimiento del 187,5% (14% del total); seguidos de pescados y marisco con 15 millones y un total del 13%. En cuarto lugar está la panadería con 9,8 millones de ingresos y un alza del 16% (8,5% del total); seguida de los productos hortofrutícolas, con 7,8 millones en ventas; y de las bebidas, que suman casi 2 millones de euros.

Extenda