



Una piara de cerdos de la empresa Joselito en una dehesa de Guíjuelo.

Joselito, la leyenda de la dehesa

La compañía dispone de 170.000 hectáreas, donde se alimentan 90.000 cerdos

VIDAL MATÉ

Los expertos catadores alimentarios —quienes son y quienes lo aparentan— califican sus productos curados derivados sólo del cerdo ibérico —jamones, paletas, chorizo, lomo y salchichón— de "excelentes". La marca se codea y mantiene una estrecha colaboración en imagen y diseño con algunas de las firmas más importantes en ese mundo como Dom Pérignon, Luis Vuitton, Loewe, Andrés Sardá y con líderes del deporte o la joyería. Los más afamados cocineros la colocan en un santuario.

Sin embargo, por debajo de esa imagen de *glamour*, la realidad de Joselito es otra. Es casi una leyenda que huele a rural. Se halla a pie de campo, en las miles de hectáreas de las dehesas en España y Portugal donde las pjaras tienen tierra para perderse, bajo los encinares, en el marco de una tradición que se ha ido pasando de generación en generación apostando por lo auténtico. Joselito no es cosa de un día, ni un producto de diseño, sino exponente de las raíces de una Castilla profunda que se ha extendido a Extremadura y Andalucía.

Ubicada en la localidad salmantina de Guíjuelo, uno de los buques insignia de los productos del cerdo ibérico, Cárnica Joselito es una empresa emblemática con más de 100 años de historia que va ya por su cuarta generación. El bisabuelo de los actuales gestores, Eugenio Gómez, fue el fundador de una pequeña empresa de embutidos y jamones, actividad que compaginaba con el oficio de tratante de animales de porcino. Su hijo amplió la actividad de la industria de embutidos con la compra de fincas y la cría de cerdos, línea que han seguido

sus sucesores en Salamanca y Extremadura y Andalucía hasta el actual presidente, José Gómez, y sus hijos.

Para Gómez, la imagen de calidad de los productos Joselito nace en el campo, donde la empresa ha hecho en la última década importantes inversiones. De esa pasión por la dehesa nació un programa a 30 años para una repoblación anual de entre 70.000 y 80.000 plantas de encinas y alcornoques y los trabajos de investigación para la regeneración de ese espacio con las universidades de Extremadura y Complutense de Madrid. Cárnica Joselito cuenta en la actualidad para la cría y el engorde del ganado de porcino ibérico con más de 170.000 hectáreas en Salamanca, Extremadura y varias provincias andaluzas con territorio de dehesa, así como en Portugal, al lado de la frontera. De esas superficies, unas 14.000 hectáreas son propiedad de la empresa.

El grupo dispone permanentemente de un censo de 90.000 ani-

males. Ello supone que cada uno posee una superficie media de entre dos y cuatro hectáreas de dehesas y prados. Para su alimentación, el animal tiene la necesidad de hacer un ejercicio permanente en la búsqueda de agua y alimento, lo que da una textura especial a las carnes. Durante una parte del año, los animales se alimentan de cereal y hierba de los pastos tradicionales de la dehesa. Con la montanera, entre los meses de octubre y marzo, los cerdos se alimentan de una media diaria de 15 kilos de bellota de los alcornoques y las encinas.

En ese escenario de la dehesa, los animales crecen en libertad desde que tienen meses y un peso de unos 23 kilos hasta un peso de entre 170 y 190 kilos, tras una estancia en el campo de un periodo medio de dos años.

La genética es otro de los ejes de la política del grupo, al disponer de los mejores troncos de animales en cada una de las fincas tras un riguroso proceso de selección. Una parte de los animales

se selecciona entre los recursos generados por la propia empresa. En otros casos se adquieren animales cuando existe certeza de su calidad, siempre entre ganaderos con el correspondiente árbol genealógico. Desde la empresa se hace un riguroso control sanitario de los animales, aunque ya han quedado muy atrás los tiempos cuando España era un país con la peste porcina. Igualmente

Las exportaciones son el 15% de las ventas, y se quieren elevar al 25% en 2010

hay una importante inversión en investigación y desarrollo en el seguimiento diario en el campo de todas las ganaderías.

Con el alimento de la última montanera en el cuerpo, anualmente Joselito sacrifica un máximo de 45.000 animales entre los

meses de enero y marzo. Ello se traduce en una oferta anual máxima de sólo 90.000 jamones y otras 90.000 paletas, junto a lomos y embutidos de salchichón y chorizo.

Para José Gómez, además del sistema de cría en la dehesa, uno de los pilares del grupo radica en el desarrollo de una maduración de los productos en secaderos y bodegas naturales con una humedad casi permanente de entre el 60% y el 80% y una temperatura media de entre 14 y 18 grados. Cada añada tiene sus características propias en función de la climatología, la calidad y cantidad de las bellotas, la calidad de la hierba o el propio peso de cada pieza.

La duración mínima de la curación de una pieza se estima en un periodo de 24 meses, y en la mayor parte de los casos es de 36 meses.

Es un dato reconocido que los productos Joselito derivados del cerdo ibérico son los más caros del mundo. El precio por kilo en una pieza de jamón al consumidor se eleva a unos 70 euros. Sin embargo, a pesar de esa cifra elevada, la producción de la empresa se mantiene por debajo de la demanda. "Estamos comercializando a futuro", señala Gómez. "Para conseguir una pieza de un jamón Joselito es indispensable que el cliente individual o un comercializador haga su reserva con un plazo de antelación de dos años. Esta campaña estamos comercializando los jamones de los cerdos sacrificados en la campaña 2005-2006".

En los últimos tiempos, las mejores añadas fueron las de los cerdos sacrificados en 2004 y 2005, cuyos jamones salieron al mercado en 2007 y 2008. La de este año también es excelente. ■

Jamones sin fronteras

Los productos Joselito, fundamentalmente los jamones, han sido expertos en cruzar fronteras en el pasado de forma ilegal, cuando España no tenía libertad para exportar a pesar del interés de muchos consumidores de llevar a su país ese producto en la maleta. Hoy, los productos de la firma salmantina, con todos los papeles en regla, se comercializan en casi medio centenar de países, donde destacan el conjunto de la Unión Europea por su capacidad adquisitiva, sobre todo Reino Unido e Italia, junto a otros como Japón y

Hong Kong. No tiene oficialmente presencia en el mercado norteamericano, al no disponer el matadero de la correspondiente certificación para la homologación de sus productos. José Gómez considera que no le interesa hacer grandes inversiones para homologar un matadero donde solamente realiza sacrificios varios meses al año y le falta producción para atender al mercado.

Las ventas en el exterior suponen entre un 10% y un 15% del total, y el objetivo marcado en el plan estratégico de la empresa es llegar al 25% en 2010. Joselito tiene una facturación de unos 60 millones de euros, con un incremento del 7% en 2008 con respecto al año anterior.

En España, las ventas más importantes se realizan en la restauración. ■