

THE TASTE OF LUXURY

Los tiempos marcan nuevos rumbos a reconocidas y consolidadas trayectorias tradicionales que en este momento quieren ahondar en su estructura para socializar su trabajo en un estadio al que de alguna manera se asienta su actividad y no cabe duda de que es el lujo. El ibérico es sinónimo de lujo. Es uno de los productos gastronómicos más apreciados de España por calidad y tradición, cada vez más solicitado tanto en restaurantes y cocinas de todo el mundo como por firmas que, de alguna manera, comparten recorrido por su esencia y condición. Permitir que las marcas que se asocian al lujo en diferentes sectores trabajen en sinergia en sus operaciones comerciales, tanto de venta como de marketing, con herramientas diseñadas que aceleren la ruta hacia el mercado, es un importante valor de futuro. En esta labor trabaja y se centra una destacada y prestigiosa empresa del sector ibérico de la industria cárnica española (cuarto sector industrial del país).

Montaraz es una marca referente del sector de jamones y embutidos en general ibéricos. Su historia se remonta a 1890 cuando José Manuel Martín inicia en Frades de la Sierra (Salamanca) la producción artesanal de estos productos para consumo propio. Tras cinco generaciones, la familia Martín ha sabido construir un proyecto diferenciador con cerdos criados en libertad en la dehesa extremeña, un ecosistema sostenible y natural de encinas y alcornocales único en España.

A través de un proceso cien por cien natural, libre de aditivos y conservantes, y avalado por la norma del ibérico, esta empresa ha sabido elaborar sus productos, únicamente, con sal marina y una lenta y controlada curación en sus secaderos y bodegas naturales. (su bodega es la más grande del mundo en extensión). Cada uno de sus productos proviene de ejemplares de cerdo ibérico criados en la dehesa extremeña. De ellos, la mitad de los jamones y

paletas se curan en Salamanca y la otra mitad en Olivenza (Extremadura). Bajo esta premisa, la marca ofrece dos tipos de afinados en sus ibéricos ya que el clima salmantino es más amable y esto ayuda a forjar unos productos más delicados y de gusto suave; pero, en Extremadura las temperaturas son más altas por lo que el producto final es más potente e intenso. Por lo que, gracias a las características de ambos ecosistemas Montaraz ofrece una dualidad de sabores bajo una misma marca y parámetros de calidad.

En la pasada montanera, debido a las abundantes lluvias de otoño, la producción de bellota y de hierba en sus dehesas fue excepcional tanto que la misma se ha duplicado respecto a un año normal. La hierba fresca ayuda a los cerdos a comer más bellota y como consecuencia a aportarles antioxidantes y azúcares (almidón), hecho que en su momento repercute en el producto curado. Los animales comen, cada día, entre diez y doce kilos de bellotas, además de tres y cuatro kilos de hierbas aromáticas (romero, tomillo...) y pastos, que les ofrece este ecosistema natural de treinta y seis mil hectáreas de dehesa, un paraíso idílico en el que, durante años, esta enseña ha trabajado para su conservación a través de prácticas sostenibles, entre ellas, la reforestación de árboles autóctonos en la zona.

Para la marca es muy importante el tiempo en cada uno de sus procesos de cría y curación, sin aditivos, de forma natural y por supuesto la edad del cerdo cuando comienza la montanera, ya que de ello depende la calidad de la carne y la cantidad de grasa subcutánea. En este tiempo aumenta su peso, en setenta kilos aproximadamente, pasan de ciento diez a ciento ochenta y cinco. De cada animal se obtienen, además de los jamones, paletas y lomos para curar, entre tres y cinco kilos de piezas nobles frescas y nueve kilos de magro. Todo de excelente calidad, textura y jugosidad ya que son cerdos cien por cien ibéricos de bellota criados en libertad, de los que se sacan cortes nobles como el solomillo, el lomo, la presa, la pluma,

el secreto y otras como el abanico, el cabecero, el carré, la carrillera, la lágrima, el lagarto, la panceta y la papada.

Montaraz tiene su matadero en Villar de Gallimazo, Salamanca. Un espacio de tres mil metros cuadrados, entre matadero y sala de despiece, equipado con la tecnología más avanzada del sector y donde se realiza sedación con CO2 a la hora de sacrificar a la pieza. Su objetivo es controlar, de principio a fin, la cadena de bienestar animal. Por otra parte, su internacionalización en el sector del jamón ibérico de bellota sitúa a Montaraz en Europa, Asia, Oriente Medio y América. Sus fábricas ubicadas en Salamanca y Extremadura están homologadas por la United States Department of Agriculture (USDA) para la venta en Estados Unidos, contando incluso con sede y almacenes en Nueva York.

El futuro de esta empresa habla de excelencia de marca. Su evolución perfila un propósito que la posiciona en el segmento del lujo que, a su vez, conlleva un estilo de vida. La calidad del producto resultante de su producción es un hecho, pero su trayectoria, que incluye el quehacer y la idea de las nuevas generaciones de la familia, va hacia algo más intrínseco que incorpora acciones sinérgicas con otros sectores y firmas de lujo y que permiten experiencias únicas. En esta empresa hay mucho más que un producto, hay una historia viva que quiere emerger en este cometido con excelencia y calidad. Prueba de ello son las acciones conjuntas y la unión a firmas premium junto a hechos como que la marca vende sus carnes frescas cien por cien ibéricas exclusivamente en el canal HORECA en lugares como el mítico Joël Robuchon de Tokyo o Alinea Restaurant en Chicago. Espacios de restauración que comparten sus valores, tanto en las instalaciones como en el servicio que ofrecen cada día a sus clientes.

