

REVILLA

Julio

Julio Revilla es presidente de la empresa Consorcio de Jabugo y una de las personas más entendidas en la problemática de nuestro jamón de bellota.

• **Hablemos de los nombres del jamón: ¿bellota, ibérico o pata negra?**

Sobre este tema se puede escribir un libro, y bien gordo. La denominación correcta de nuestro producto tiene que hacer referencia a sus tres características fundamentales: morfología, raza y alimentación. Así, un jamón ibérico de bellota indica la pieza de procedencia del cerdo, sin especificar si es la pata izquierda o derecha, ya que esto no tiene ningún sentido ni es sinónimo de calidad. A continuación, la referencia a *ibérico* indica la raza, aunque muchas veces se comercializan cruces con la raza Duroc. Por último, la alimentación, que en el caso de la mágica palabra *bellota*, debería indicar, y la realidad no es siempre así, que se trata de un animal que ha vivido en plena libertad en la dehesa durante al menos 100 días y ha engordado al menos sus últimos 60 Kg. de peso en un régimen exclusivo de alimentación a base de bellotas, hierbas y otros productos naturales de la dehesa.

Otras calidades de alimentación, igualmente dignas que la bellota, aunque, lógicamente, de menor precio, sería el *Becebo* y el *Pienso*. En el caso del *recebo*, el cerdo también vive en libertad y se alimenta de bellotas y hierbas pero, por su

escasez, debe recebarse con piensos compuestos, de los que recibe su nombre. En la calidad inferior de pienso, el cerdo no ve una bellota ni en fotografía y se alimenta exclusivamente a base de piensos compuestos en régimen de semilibertad (extensivo) o en ceñaderos (intensivo).

Esto sería hablar con propiedad y los fabricantes y sus marcas deberían garantizarlo, pero la realidad es que el baile de nombres y el uso y abuso de unas calidades por otras están a la orden del día. Los jamones de pienso, incluso los de régimen intensivo, no se clasifican como de pienso o cebo, sino que se denominan de *recebo*. Los de *recebo*, automáticamente suben un peldaño y se clasifican de *bellota*, y los de verdadera bellota sólo se suministran a los grandes clientes.

El sector ha introducido además otra serie de nombres ambigüos y confusos, como *Ibérico Joven*, a semejanza de los vinos; *Media Bellota*; *Gran Reserva*; *Bodega* y, cómo no, el famoso *Pata Negra*, que va a ser muy difícil de erradicar del vocabulario común e incluso en algunos países europeos, que lo han adaptado a su propio léxico.

• **Es nuestro producto más genuino. ¿Hay un boom del pata negra? ¿Lo sabemos vender?**

Sin lugar a dudas. No existe ningún otro que mejor represente a nuestra gastronomía y que mejor nos diferencie del resto del mundo. Buenos vinos, quesos, etc. existen en muchos otros países, pero Jamón Ibérico de Bellota, sólo en el nuestro. Es nuestro estandarte gastronómico por excelencia.

España siempre ha apreciado y casi venerado este producto, que constituye un elemento incluso de distinción social. A veces, su consumo sirve de termómetro de la situación de nuestra economía.

En los últimos años, la bonanza económica ha tenido un fiel reflejo en el espectacular crecimiento del consumo del jamón ibérico, aunque no siempre acompañado de su correcta calidad, ya que la bellota es limitada y variable cada año, con lo que la mayor demanda de este producto de máxima calidad ha ido necesariamente acompañada de un jamón de menor calidad.

Y aquí se presenta el gran problema comercial de nuestro país que, en el caso del jamón ibérico, no ha sido otro que el no saber posicionar el producto en el máximo segmento de calidad y precio. Se vende por precio y no por calidad, lo que automáticamente origina la bajada cualitativa del producto para obtener una rentabilidad adecuada.

Si el sector no es capaz de comprender que estamos ante un producto único, que hay que vender con un precio adecuado a su calidad, nos encontramos, como ya está sucediendo, con la confusión más completa del mercado, en el que acabarán sólo subsistiendo los grandes productos con una calidad homogénea y evidentemente no la más alta.

• **¿Por qué es tan caro el pata negra? ¿O no es tan caro?**

El precio actual del jamón ibérico de bellota es, a mi juicio, barato. Si consideramos que desde el nacimiento del lechón ibérico hasta su sacrificio, alimentado con

 bello
 de 1
 jam
 56 n
 pro
 pod
 su p
 (

 pre
 cali
 vee
 jam
 evic

 ind
 la z
 que
 ver
 es
 con
 ibé
 por
 el r
 noi

S. B.
ibugo

El ibérico es nuestro estandarte gastronómico

bellotas, han podido transcurrir más de 18 meses y que en la curación del jamón se han tardado al menos otros 56 meses, nos encontramos con un producto de casi cinco años antes de poder degustarlo. La respuesta sobre su precio, que la ponga el lector.

Otra cosa distinta es pagar un alto precio por un jamón de menor calidad, de recebo o, como tantas veces, de plenso. En estos casos, el jamón ibérico puede ser, evidentemente, caro.

• ¿Es distinto el Jabugo del ibérico?

El mítico nombre de Jabugo indica la procedencia geográfica de la zona de elaboración del jamón, lo que, lógicamente, no tiene nada que ver con la raza ibérica. Pero también es cierto que el consumidor ha comprendido que el mejor jamón ibérico procede de la zona de Jabugo, por lo que identifica este nombre con el mejor jamón ibérico de bellota. El nombre tiene tanta fuerza, que

incluso se encuentran situaciones como la de los que piden un *Jabugo de Guijuelo*, indicando con ello que Jabugo se refiere al jamón ibérico de bellota.

A pesar de la importancia comercial de ese nombre, es una verdadera pena y un error histórico que posiblemente se estudiará en la asignatura de Marketing de las universidades, cómo el nombre de Jabugo no ha sido protegido adecuadamente para que sólo pudiera significar la procedencia del jamón ibérico de esta zona de la Sierra de Huelva.

• ¿Engorda el pata negra? ¿Qué cualidades alimenticias tiene?

Sus componentes proteicos y de lípidos evidentemente engordan, como cualquier otro producto del que se abuse, aunque su potente sabor limite y sacie a su consumidor con menor cantidad que de otros

Julio Revilla Ingeniero Industrial y Master en Comercio Exterior por el Instituto de Empresa en Madrid, Julio Revilla empezó su actividad profesional en 1973, en empresas especializadas en suministros industriales y centrales nucleares. En 1977, trabajó como Director Gerente y después adquirió la empresa Chemtrol Española, especializada en la seguridad y protección contra incendios en centrales nucleares, pero desde 1982 ha diversificado sus actividades en otros sectores: el del equipamiento escénico para teatros y espacios escénicos y el del cerdo ibérico.

El Grupo Chemtrol entró en el sector del cerdo ibérico en 1985, con la adquisición de unas fincas de dehesa en las provincias de Huelva y Badajoz. En 1987 construye las instalaciones de Derivados del Cerdo Ibérico en Corteconcepción (Huelva), con una capacidad de transformación de 10.000 cerdos ibéricos al año y fue la primera empresa de la Sierra de Huelva que consiguió la homologación para exportar al mercado japonés y a Chile. Esta empresa es también miembro fundador de la Denominación de Origen "Jamón de Huelva", en la que Julio Revilla fue Presidente de su Consejo Regulador.

En 1998, Chemtrol, en asociación con la Caja de Ahorros El Monte, reafirma su presencia en el sector elaborador del ibérico con la creación de Consorcio de Jabugo, con una capacidad productiva prevista de hasta 40.000 cerdos ibéricos al año. Las instalaciones de Consorcio de Jabugo están concebidas para ser homologadas para la exportación a países de normativa sanitaria tan exigente como Japón y EE.UU.

En la actualidad, Julio Revilla es Presidente y Consejero Delegado de todas las empresas del Grupo Consorcio de Jabugo y consejero Delegado de su empresa matriz, Chemtrol.

productos. Sus características organolépticas de aroma y sabor y su textura y color son los atractivos principales para su consumo, pero también sus cualidades sanitarias, especialmente cardiovasculares, por el altísimo contenido en ácidos grasos mono y poliinsaturados (oleico, presente en el aceite de oliva, y linoleico). Al igual que el aceite de oliva, el Jamón Ibérico tiene un alto porcentaje de colesterol bueno (HDL) y es pobre en colesterol malo (LDL). Por eso el cerdo ibérico se conoce popularmente como *un olivo con patas*.

El jamón ibérico tiene nutrientes proteicos de alta calidad y es especialmente recomendado en dietas de complementación proteica. Además, su carne es especialmente rica en vitamina E y del grupo B y en minerales, destacando su contenido en hierro y zinc. ■

do y
que
o de
su
le laanza
llejo
del
ique
su
la es
m lo
este
rido
e ungran
pafs
, no
aber
lmo
. Se
d, lo
a la
para
ada,
de
un
ader
dad,
está
más
que
los
idad
to lai ne-
rico
o. Si
el
asta
con