

# «El sabor umami de nuestro jamón ibérico te engancha»

**Atanasio Carrasco**  
Director General  
Carrasco Ibéricos

IÑIGO BELASTEGUI

## CARRASCO IBÉRICOS

**Dirección:**  
Calle Príncipe Felipe, 25  
37770 Guijuelo (Salamanca)  
**Web:** carrascoibericos.com  
**Teléfono:**  
923 58 04 20  
**Facebook, Instagram y Twitter:**  
@carrascoiberico  
**Distribuidor en Gipuzkoa:**  
Exclusivas Mardu Gourmet  
**Web:** mardu.es

Atanasio Carrasco forma parte de la cuarta generación de la firma de Guijuelo. **CARRASCO IBÉRICOS**



## LAS FRASES

### EVOLUCIÓN

«Carrasco nace hace 125 años en Guijuelo para vender en su mercado y hoy estamos presentes en más de 25 países»

### PRECURSORES

«Una vertiente de la innovación es el 'packaging'; hemos dado un prestigio al ibérico a través de su presentación»

### VINCULACIÓN

«Fui por primera vez a Donostia, con mi padre, con nueve años. Pronto supe que Gipuzkoa sería un objetivo prioritario»

**C**arrasco Ibéricos cumple 125 años y lo hace sin perder esa esencia de empresa familiar, pero también sin dejar de apostar por la innovación. Su jamón ibérico «te engancha» según su director general, Atanasio Carrasco, y es el auténtico buque insignia de una marca muy vinculada a nuestro territorio, donde tiene una fuerte y a la vez selecta presencia.

– Carrasco Ibéricos cumple ahora 125 años. Háblenos, por favor, de la historia de la firma.

– Carrasco comienza en Guijuelo hace 125 años, vendiendo en el mercado local y hoy, cuatro generaciones después, estamos presentes en más de 25 países a nivel mundial. Creo que esto es lo que define nuestra marca, que no ha dejado de ser una empresa familiar.

– La calidad de sus productos está fuera de toda duda. ¿Cómo se logra ese nivel de reconocimiento y cómo se consigue un producto tan excepcional?

– Creo que se logra teniendo como objetivo claro elaborar un producto de altísima calidad, de los que hoy se denominan 'premium'. Y, para ello, tienes que basarte en un control muy exhaustivo y muy riguroso de la materia prima y con una mejora constante de los procesos de elaboración. La mayor parte del éxito de un jamón ibérico de bellota se basa en la materia prima, el cerdo ibérico, y en su alimentación en base a bellotas. Es por ello que estamos agradeci-

dos por todos esos reconocimientos pero, a la vez, somos conscientes de que por algo están.

– ¿Qué peso tiene la innovación en una actividad que, a priori, pudiera parecer tradicional?

– Siempre hemos sido una de las marcas más reconocidas en cuanto a innovación. En muchas ocasiones hemos creado incluso tendencias. La innovación para nosotros tiene dos vertientes: la de la investigación y el desarrollo basados en el producto o basados en el packaging y las presentaciones. A modo de ejemplo, hace unos diez años investigamos sobre qué suponía alimentar a los cerdos a base de dátiles y bellotas, un estudio muy reconocido y en torno al cual hicimos una ponencia en Madrid Fusión. Fuimos también los primeros que dimos al producto ibérico un 'packaging' especial, los primeros que metimos el jamón en cajas de jamón 'top' o el lomo en una lata que llamamos 'centenaria' y que es una preciosidad... Hemos dado al ibérico un prestigio a través de su presentación.

Ahora estamos realizando una investigación junto con la Universidad de Salamanca para conocer qué factores inciden de manera más importante en la calidad de un jamón ibérico. A través de una analítica podemos predecir la futura calidad del jamón desde la propia bellota.

– Muchos ven en el jamón ibérico su buque insignia. ¿Cómo lo definiría?

– Creo que es uno de los jamones más diferentes del mercado. Es muy agradable al gusto debido a la poca oxidación que sufren durante su curación. Al corte es de un color rojo cereza, con mucho brillo, con una textura tierna y jugosa, pero firme, y con un sabor umami que te hace muy difícil no repetir. Te engancha.

– La carne de cerdo ibérico, además, es un producto cada vez demandado. ¿Cree que conocemos realmente el valor de esa carne?

– Cada día está más valorada tanto por los profesionales como por los consumidores porque ha evolucionado mucho. En los últimos años, hemos pasado de cuatro cortes básicos que había en la carne de cerdo ibérico a los más de diez que tenemos en la actualidad. El contacto con otras culturas gastronómicas está haciendo que se evolucione muchísimo en los nuevos cortes y en las nuevas formas de preparación. En nuestra web se puede encontrar un especial para los cortes de barbacoa. Cada día va a ir a más y va

a ser una de las fuentes de crecimiento del cerdo ibérico.

– Su firma está muy vinculada a Gipuzkoa, donde llevan casi 40 años. ¿Qué supone ser una referencia en un territorio tan rico gastronómicamente hablando?

– Ser un referente en Gipuzkoa es un auténtico orgullo, porque hablamos de una de las zonas del mundo más exigentes en gastronomía. Para mí Gipuzkoa siempre fue un objetivo muy importante. Llevamos en el territorio más de 50 años y los últimos 30 han sido de la mano de la familia Eizaguirre a través de Exclusivas Mardu Gourmet, lo cual ha supuesto un auténtico lujo. Hemos pasado del terreno profesional a otros muy personales, de amistad, lo mismo que nos sucede con gran parte de los clientes.

Recuerdo la primera vez que fui a Donostia, con mi padre, cuando yo tenía nueve años. Él tenía que reunirse con unos clientes y fuimos a La Cepa porque con Santi, el antiguo dueño, siempre hemos tenido muy buena relación. Sinceramente, ver esos ja-

mones colgados en el bar fue algo que me encantó y que hizo que, con el paso de los años, junto con lo bonita que es la ciudad y todo lo que fui conociendo, Gipuzkoa fuese un objetivo prioritario.

– Es habitual encontrar sus jamones, también, en algunos de los eventos, ferias y salones más importantes. ¿Qué servicio dan?

– Carrasco siempre está en los eventos más reconocidos y uno de ellos, a nivel nacional y mundial, es San Sebastián Gastronomika. También solemos acudir a Madrid Fusion o Alimentaria y el año pasado estuvimos en Shanghai. Además, participamos en diversos foros en México o Italia, entre otros muchos países, donde establecemos contactos con clientes y otros profesionales.

– El cliente particular, ¿dónde puede encontrar en Gipuzkoa los productos de su firma?

– En Gipuzkoa, en muchísimos sitios tanto en alimentación, como en hostelería o restauración. Sé que me voy a olvidar de muchos clientes, pero en Donostia nuestros productos se pueden encontrar en La Bretxa, en el puesto de Iñaki Vega; en la Parte Vieja, en Aitor Lasa o Kutixik; en Olano, en Beasain... En cuanto a restaurantes, estamos en Narru, Casa Urola, Portaletas o Iribar, dentro de una lista muy amplia.

Además, quien quiera comprar nuestros productos, puede acudir también a Exclusivas Mardu Gourmet, donde le asesorarán, sea profesional o consumidor particular; o en nuestra página web.