José Ignacio Rodríguez Pimentel, CEO de Hnos. Rodríguez Barbancho.

"El reconocimiento al mejor jamón del mundo nos exige seguir estando a la altura"

Tres generaciones, más de 50 años de tradición y presencia en cinco continentes avalan a Hermanos Rodríguez Barbancho, referente del ibérico de Los Pedroches. Hablamos de ello con su CEO, José Ignacio Rodríguez Pimentel.

Pregunta. ¿Qué factores han permitido a una empresa familiar mantener su identidad y crecer durante más de 50 años?
Respuesta. Creo que hemos sabido adaptarnos sin perder de vista de dónde venimos. Por esta empresa han pasado tres generaciones y todas hemos creído en el potencial de Los Pedroches y en la calidad de sus productos. Esa confianza nos ha ayudado a seguir trabajando, también cuando las cosas se han puesto difíciles. Con los años han cambiado los mercados, las instalaciones, la forma de vender... Pero nuestro apellido sigue estando detrás de cada producto.

P. ¿Qué importancia tienen la dehesa de Los Pedroches, la materia prima y el proceso de curación en la calidad final?
R. Tenemos la suerte de trabajar en una tierra con unas condiciones excepcionales para el ibérico. En el caso del jamón de bellota 100 % ibérico, la raza del animal, su alimentación en la dehesa y la calidad de la bellota son el punto de partida. Después, todo ese potencial hay que saber llevarlo hasta el producto final. Ahí entra nuestra experiencia. El clima de la zona nos ayuda, pero hay que estar pendientes de cada pieza y entender qué necesita en cada momento. Aunque llevemos muchos años en esto, el jamón sigue exigiendo atención y paciencia.

P. Combinan la elaboración de tradición artesanal con instalaciones y tecnologías actuales. ¿Cómo se consigue ese equilibrio?
R. Para nosotros es algo bastante natural. Si una herramienta nos permite controlar mejor la temperatura, la humedad o la evolución de una pieza, la incorporamos porque nos ayuda a trabajar con más precisión. Hoy tenemos información que antes dependía mucho más de la observación y de la experiencia, así que combinamos los avances tecnológicos y las condiciones naturales de nuestra zona con personas experimentadas.

P. Sus productos llegan a más de 25 países ¿Qué oportunidades ofrece la internacionalización?
R. Salir al exterior nos ha abierto muchas puertas, aunque ha sido un trabajo de años. En España estamos muy familiarizados con el jamón ibérico, pero fuera todavía hay mercados en los que tenemos que explicar cómo se elabora, cómo se consume o por qué una pieza puede pasar cuatro o cinco años curándose. Cuando lo prueban y entienden el tiempo y el trabajo que lleva elaborarlo, empiezan a valorar mucho más el producto.

El turismo y la promoción internacional han ayudado a que cada vez más personas se interesen por nuestros productos. Tenemos oportunidades para seguir creciendo, pero también necesitamos mejores comunicaciones en Los Pedroches. Por eso pedimos a las administraciones que mejoren los accesos porque es una necesidad que influye directamente en nuestra capacidad para competir.

P. ¿Cuáles son los próximos objetivos de la compañía?
R. Queremos que nuestros productos se conozcan más, tanto en España como fuera, y seguir abriendo mercado. Pero tenemos claro que cualquier paso que demos, lo haremos cuidando la calidad y la confianza de quienes ya trabajan con nosotros. El reconocimiento al «mejor jamón del mundo» nos ha dado una alegría enorme, pero también nos exige seguir estando a la altura. Personalmente, nos hace ilusión que sirva también para que más gente conozca Los Pedroches.

Más información
rodriguezbarbancho.com