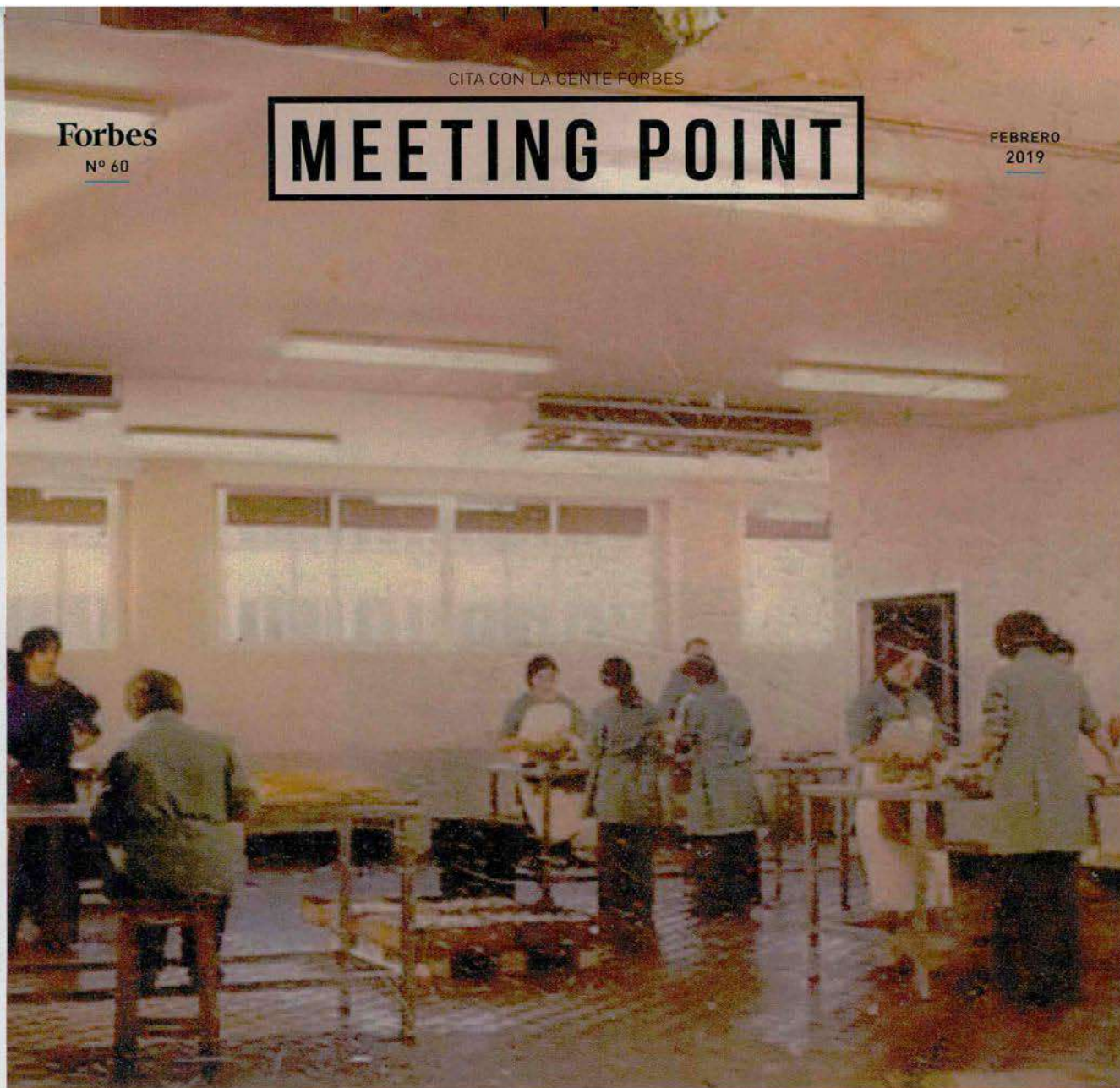


CITA CON LA GENTE FORBES

Forbes
Nº 60

MEETING POINT

FEBRERO
2019



Trabajadoras cortando y envasando salmón ahumado en las primeras instalaciones de Ahumados Domínguez en Alcorón (Madrid) en 1976.

MEETING POINT **ASÍ COMENZÓ**

BUSCANDO EN CADA DETALLE LA PERFECCIÓN

AHUMADOS DOMÍNGUEZ COMENZÓ SU ANDADURA EN 1960 CONVIRTIÉNDOSE EN LA CASA PIONERA DEL SALMÓN AHUMADO EN ESPAÑA. GRAN PARTE DE SU VALOR ACTUAL RESIDE EN CONSERVAR SU TRADICIONAL MÉTODO DE AHUMADO.

Un delicado sabor, una textura incomparable y su peculiar aromatizado hacen únicos los productos elaborados de forma totalmente manual de Ahumados Domínguez, compañía fundada por José Mestanza en 1960. Pero, ¿cómo creó este joven una marca que hoy traspasa nuestras fronteras y cuenta con cerca de 11.000 clientes en hostelería y 4.000 en *retail* a nivel nacional e internacional?

Hace casi 60 años que un joven Mestanza, de tan solo 17 años, cambiaba el futuro del salmón →

→ ahumado en España con 7.250 pesetas ganadas con la venta de su Vespa. Ese dinero lo invirtió en comprar salmón en los ríos asturianos y dar comienzo a un sueño que supondría un antes y un después en el sector de la alta gastronomía de nuestro país.

Todo el esfuerzo y el arrojo que Mestanza invirtió en sus comienzos iban encaminados a elaborar un manjar aún desconocido, ya que el poco salmón ahumado que se consumía en España en aquellos años se caracterizaba por su fuerte gusto a humo, algo que a él no le agradaba. Fue así como comenzó a trabajar en 'perfumar' el salmón.

Tras un arduo y muy largo trabajo, este joven logró un producto sin precedentes. Un salmón ahumado suave, ligero y que, más que ahumado, parecía que estaba aromatizado. Era sutil y delicado, tanto, que supuso un verdadero descubrimiento gastronómico y una verdadera sorpresa para todo aquel que lo probaba.

Sin embargo, era tal el desconocimiento que había hacia este producto que los pocos consumidores del mismo dudaban sobre cómo había que consumirlo. Así pues, Mestanza decidió diversificar su actividad elaborando anchoa y boquerón, y vendiéndolo a precios altos para así seguir invirtiendo en dar a conocer su salmón ahumado.

En relación a su popularización y a aumentar el consumo en las casas, decidió introducirlo en hostelería, siendo este el puente que le ayudó a darlo a conocer entre la población. Para ello, era él mismo quien enseñaba a cada restaurante cómo servir y conservarlo, para que mantuviera todas sus propiedades y se degustara como el manjar que era y sigue siendo hoy. Con esto, no solo logró la penetración del salmón ahumado en el sector de la alta gastronomía, sino que además logró destacionalizarlo haciendo que se incorporara en las mesas en diferentes épocas del año y se fomentaran nuevas formas de consumo.

En la actualidad, cada parte del proceso de elaboración se lleva a cabo por uno o varios expertos, que van desde los responsables de compras (repcionan la materia prima para comprobar que cumple con sus exigentes estándares de calidad), pasando por los maestros cortadores (formados a lo largo de varios años) o los expertos ahumadores (miden y controlan los tiempos en función del peso de cada ejemplar y tipología de producto).



Por otro lado, dentro de sus instalaciones, Ahumados Domínguez cuenta con una depuradora biológica propia para el vertido de aguas residuales; una torre de refrigeración, cuya labor es la de enfriar zonas concretas de las instalaciones; una sala de despiece con dos máquinas generadoras de agua ozonizada para eliminar cualquier tipo de bacteria; o con un circuito de agua cerrado refrigerado que alimenta a las seis máquinas de envasado Multivac y sus bombas de vacío, permitiendo ahorrar unos 11.520 litros al día.

Visión e innovación

El jefe, como así se le llama en la empresa, fue un visionario por adelantarse a los hechos y ofrecer un modelo de negocio que hoy cuenta con 200 trabajadores, dos delegaciones, ocho tiendas propias y exporta a cuatro países; un pionero por ser el primero en desarrollar una técnica única de ahumado, a través de la cual logró aromatizar, en lugar de ahumar; y un innovador, por desarrollar nuevos productos y formatos que nadie antes había pensado ni comercializado.

Con su técnica propia e intransferible —fuera del ámbito familiar—, Domínguez traspasó su 'saber hacer' a otros productos

como el bacalao ahumado, la trucha ahumada o el salmón marinado, entre otros. Todos ellos saben transmitir los valores de la marca y son perfectamente diferenciables e identificables en el paladar por sus consumidores.

Otro de los hitos de Mestanza se produce con el nacimiento de sus tiendas propias. Ahumados Domínguez es la única empresa del sector que cuenta con tiendas propias en las que se ofrecen todos sus productos recién cortados y al peso o envasados. Hoy, son ocho las tiendas propias de la marca situadas en diferentes centros de El Corte Inglés e Hipercor de: Madrid, Barcelona, Marbella y Lisboa.

Además, en la actualidad, el salmón 'aromatizado' de Domínguez traspasa las fronteras de nuestro país, desde hace más de cinco años, reclamado por hosteleros y establecimientos de Italia, Lisboa, República Checa o Colombia.

Gracias a sus técnicos, al esfuerzo diario de todos sus expertos y a su alto nivel de exigencia en normativa alimentaria, el logotipo de Ahumados Domínguez, compañía familiar que desde 2009 está dirigida por la tercera generación, se ha convertido en un sello de confianza que garantiza 100% la excelencia de sus productos. ●

AHUMADOS DOMÍNGUEZ CUENTA CON 200 TRABAJADORES, DOS DELEGACIONES, OCHO TIENDAS PROPIAS Y EXPORTA A CUATRO PAÍSES