

# Primero se crece en calidad; después, en clientes

Si hay una palabra que defina a Artemio Conejos Guillen (1931, Cedrillas, Teruel) esa es confianza. Con esa premisa y la calidad como bandera, ha mantenido en lo alto a su empresa de secado y venta de jamones durante seis décadas.



Artemio Conejos, fundador de la empresa Jamones Casa Conejos.

En 1954, Artemio Conejos tomó la decisión de recorrer los pueblos de la comarca turolense para comprar jamones que, tras secarlos, vendía a las carnicerías. “Trabajaba en la posada de la familia cuando empecé comprar pernils. Iba en bicicleta así que luego tenía que volver con una caballería a recogerlos. Más tarde construí una cámara pequeña para el secado natural, compramos una moto, la primera furgoneta...”.

Así nació Jamones Casa Conejos, una empresa conocida, y reconocida, que emplea a 30 personas de las 600 que hoy viven en Cedrillas. “Mi lema ha sido que la gente me tuviera como amigo, puntualidad y no engañarles nunca”.

Un lema formado con ideas sencillas pero efectivas, que ha permitido que la iniciativa de un joven emprendedor sin apenas formación –fue a la escuela hasta los 15 años- crezca y se consolide durante 60 años. “Es la historia de un muchacho de familia humilde, que sobresalía en matemáticas. El maestro decía que había que llevarle a estudiar, pero no era posible”, puntualiza Laura Conejos, una de las hijas de Artemio, quien con sus hermanos dirige el negocio familiar en la actualidad. “La clave de su éxito ha sido que inspira confianza, hace las cosas bien, es metódico”, añade Laura.

A su innegable carisma debemos sumar que Artemio tuvo la visión de elevar el secado natural de los jamones, habitual en los hogares de la zona para el trueque o el consumo privado, al terreno industrial. “Fui el primero en introducir el concepto de secadero industrial, lo que se hacía de forma particular en cada casa lo llevé a un local más grande y empecé a convertir pernils en jamones para las carnicerías. Fui pionero no solo en Teruel sino a nivel nacional. El Pozo y Navidul empezaron después”.

En los años 60 y 70, ya casado y con hijos, fue ampliando la empresa, mejorando las instalaciones y apostando siempre por la calidad. En ese empeño por cuidar el “buen hacer” y el prestigio que empezaba a tener el jamón en la zona, Casa Conejos impulsó junto a otras empresas la creación de la primera denominación de origen de jamón español, el jamón de Teruel. Poco más tarde, surgieron los concursos oficiales de calidad en los Jamones Casa Conejos sigue destacando.

Señala Artemio que no ha hecho “más que trabajar en toda su vida”, a veces 24 horas seguidas si el negocio lo requería. Incluso mientras “escuchaba la música de las fiestas patronales” y todo el mundo estaba divirtiéndose. “No he tenido ni horarios ni festivos”.

Su esfuerzo no ha caído en saco roto. Y no solo porque su empresa, Casa Conejos, se haya consolidado como un referente en seriedad y calidad, también porque su ejemplo ha servido de acicate para la puesta en marcha de otros proyectos empresariales en la región, tanto en secaderos como en otros

sectores como la madera o la construcción.

Con todo, alguien podría pensar que su éxito a lo largo de los años ha sido solo una cuestión de trabajo duro, que lo ha habido y mucho, pero eso no sería exacto. Artemio ha tenido también la capacidad de adaptarse y responder a las exigencias del mercado. Así, cuando España entro en el Mercado Común Europeo fue capaz de variar sus planteamientos de trabajo y prepararse para atender las necesidades de los nuevos vecinos comunitarios. En ese proceso, Casa Conejos estudio el mercado ecológico y se convirtió en la primera empresa aragonesa productora de jamón ibérico.

“Somos pioneros en jamón ecológico, solo hay tres secaderos en España. Se trata de un proceso distinto, que comienza por el control de lo que come el cerdo y pasa por cumplir una serie de normas sobre bienestar animal, entre las que se incluye que no se le puede medicar” explica Laura. “A la hora del secado tampoco puede llevar agentes contaminantes, solo se puede utilizar sal marina y productos naturales. La gente lo aprecia. Sobre todo en el extranjero. De hecho, vendemos directamente en Francia y Alemania y un poco en Italia”.

Desde luego mucho han cambiado la empresa desde que Artemio andaba en bicicleta comprando pernils. “Siempre hay altibajos pero cuando uno tiene como lema el trabajo trata de acortar esos momentos”, resalta Artemio. “Cuando la economía ha estado bien, hemos trabajado más y hemos cobrado. Pero en años como los últimos, algunos clientes, incluso de confianza, no nos han pagado y tenemos morosos”.

Se queja también de que luchan “en inferioridad de condiciones con otras empresas” que reciben subvenciones. “Lo más complicado es la competencia desleal fomentada por los políticos. Desde hace unos años se han subvencionado la creación de nuevas empresas en esta zona por que el gobierno lo consideraba un sector productivo creciente. Pero luego resulta que están vendiendo producto por debajo de coste porque necesitan liquidez. Eso fomenta que no haya libertad de mercado”. Añade que “deberían tener en cuenta que existen muchas empresas pequeñas que crean muchos puestos de trabajo. Las empresas se sacan adelante trabajando y administrando bien, no con subvenciones”.

Pero nada frena el ímpetu de Artemio que, con 83 años, sigue “teniendo ganas de hacer cosas” y pensando en el futuro. De hecho, tienen abiertas líneas de investigación con universidades para mejorar la calidad de sus productos. “Siempre se ha hecho más hincapié en calidad y dar mejor servicio que en hacer nuevos clientes”, destaca Laura mientras su padre asiente y recuerda: “Lo más importante es la fidelidad de los clientes. Hay muchos factores que influyen pero la calidad es fundamental”. ■

## UN BANCO AMBULANTE

En 1961, siete años después de que empezara con la compraventa de jamones, Artemio Conejos fue contratado como agente colaborador de Banesto. “Tenía muchas ganas de hacer cosas, me lo propusieron y dije a ver cómo va”. Y le fue bastante bien. Tanto que continuó durante más de 12 años. “Tenía como clientela a la gente de Cedrillas y los pueblos limítrofes. Aprovechaba que viajaba mucho por la comarca por mi negocio y llevaba mi carpeta con los impresos para abrir cuentas, hacer ingresos, reintegros... Era un banco ambulante”.

Como la gente de la zona ya conocía su seriedad, le resultó fácil captar nuevos clientes, lo que no significa que estuvieran llamando a su puerta. “Todas las noches aunque fuera tarde hacía una visita o dos hasta que conseguí que todos tuvieran cuenta. También le dedicaba los domingos. Los primeros semestres doblaba o triplicaba los resultados del semestre anterior”. Por supuesto, sin dejar de comprar y vender jamones.