

Las crisis no suceden por sí. Siempre subyace una concatenación de causas derivadas de la acción humana colectiva o de su ausencia. La historia siempre nos sugiere importantes lecciones. Cuando el contexto es próspero, el dinero se genera por especulación y no por el valor añadido de la productividad. Los préstamos para financiar el consumo se consiguen fácilmente y los grandes proyectos corporativos y empresariales de alegre financiación representan una seria tentación para quienes controlan los accesos a los mercados de capitales. Las virtudes básicas necesarias para generar formas

Más o menos

JORGE
Torres Quílez
ECONOMISTA
Y ESCRITOR



¿Hemos aprendido la lección?

sostenibles de desarrollo económico se olvidan fácilmente. Pero una crisis tan severa como la actual ha representado un doloroso despertar. Y es entonces cuando gobiernos, empresarios y ciudadanía por fin parecen recordar una premisa vital: a largo plazo no se puede gastar más de lo que se produce. La riqueza de un país y de sus habitantes no es un legado natural divino, sino algo que la creatividad humana, las destrezas y el trabajo riguroso producen y mantienen en constante crecimiento. La oportunidad de una economía en proceso de recuperación es la conciencia renovada del valor del trabajo y la produc-

En tiempos de crisis, se acepta casi todo para romper viejos moldes, perder posiciones y abolir privilegios

ción responsable y la necesidad de crear un marco de condiciones adecuadas capaces de estimular la inversión.

La experiencia histórica demuestra que resulta más complejo mantener competitiva y creativa una economía pujante, que cambiar el rumbo de otra que atraviesa una grave crisis. Esto tiene que ver con una de las fuerzas más poderosas de la naturaleza humana: la inercia, de-

finida como la resistencia al cambio. Mientras todo va bien, nos resistimos al cambio, aun cuando sea obvio que sus efectos serán beneficiosos. En tiempos de crisis, cuando está más allá de toda duda que un cambio de sentido es necesario para evitar el desastre, se acepta casi todo cuando se pide romper viejos moldes, perder posiciones y abolir privilegios establecidos. En tiempos de dificultad como los actuales, desde el fondo de una recesión, es cuando el espíritu humano parece liberarse de todos esos obstáculos y extraer un aprendizaje útil. ¿Habremos aprendido la lección de una vez? Permítanme dudar. ≡

Empresas con crédito

PATROCINADO POR:



JAIME GALINDO

Aceites de autor muy aragoneses

La marca **Oleazara** se lanza a conquistar el mercado gourmet con productos de alta calidad

JORGE HERAS PASTOR
jheras@aragon.elperiodico.com
ZARAGOZA

Son los primeros en iniciar la recolección de las olivas, que trasladan de inmediato a la almazara para su molienda. Así es como la joven empresa zaragozana Guomango consigue que sus aceites, comercializados bajo la marca Oleazara, tengan un sabor y unas cualidades organolépticas únicas. Las impulsoras del negocio, que tiene al oro líquido como protagonista, son cuatro mujeres que están dispuestas a hacerse un hueco en el selecto mercado gourmet, algo que esperan alcanzar con la ayuda también de un diseño e imagen de marca muy cuidados.

La empresa echó a andar hace solo un año, pero no fue hasta el pasado noviembre cuando comenzó a vender. Las socias fundadoras son Penélope García Cruz (que se encarga de la comercialización), sus hijas Penélope (estudiante de arquitectura y creadora de la imagen y la marca) y Juncal (al frente del área de marketing), y Pilar Real Díaz (responsable de la parte financiera). Pero el verdadero germen del proyecto fue un programa de emprendimiento agroalimentario del Instituto Aragonés de Fomento (IAF) que la primera de ellas realizó en el 2014.

«Después de 32 años trabajando en una empresa familiar de climatización, me apetecía

dar un giro laboral y este curso fue la oportunidad que necesitaba», explica Penélope García. Tras una año de formación y con el apoyo y asesoramiento de tutores y mentores, desarrolló un plan de negocio del que ha emergido Oleazara, que está alojada en la incubadora empresarial CEEI Aragón de Zaragoza.

Penélope eligió el sector agroalimentario por su vinculación con el medio rural y por contar con varios familiares que son productores de olivas en el Bajo Aragón, donde este cultivo es tradicional. «El aceite es un mercado muy maduro en España, pero fuera hay grandes

oportunidades porque es un producto muy cotizado», explica la precursora de la firma, que ha nacido con una clara vocación exportadora.

Por el momento han lanzado dos aceites de oliva virgen extra: uno de variedad empeltre (con y sin denominación de origen del Bajo Aragón) y otro de arbequina (con y sin certificación de agricultura ecológica). En solo seis meses de vida comercial han superado ya las 4.000 botellas vendidas y la producción para el 2016 ronda los 120.000 litros (100.000 de empeltre y 20.000 de arbequina). Han logrado introducirse en Aragón, Madrid y Barcelona, y pronto llegarán a Valencia, pero su mayor logro ha sido la firma de un contrato con un importador de Canadá, donde además comercializarán un aceite con el marchamo *kósher*,



► Penélope García Cruz, Pilar Real Díaz e Imene Kerfal (en prácticas), parte del equipo de Oleazara.

JAIME GALINDO

Penélope García Cruz

EMPRENDER EN FEMENINO

Hablar de los aceites de oliva de Oleazara es hablar de emprendimiento femenino. El proyecto está impulsado por cuatro mujeres, con Penélope García Cruz a la cabeza. Ella se decidió a poner en marcha el negocio tras hacer un curso del IAF sobre cómo emprender en el sector agroalimentario.



► Aceites de oliva Oleazara.

que avala que los productos alimentarios siguen el ritual judío.

La filosofía de Oleazara pasa por envasar aceite de oliva virgen extra de Aragón con calidad superior, algo que consiguen mimando el producto al máximo y con una recolección temprana. También venden aceitunas y

patés de oliva de variedades aragonesas y prevén lanzar nuevos productos como miel del Moncayo. Incluso, en uno o dos años, su propia línea de cosmética de aceite de oliva. En el campo comercial, trabajan activamente para entrar en Asia y el norte de África. ≡