

Joaquín Selma

Texto por NICOLÁS BALAGUER

Nos encontramos con el reconocido empresario alicantino Joaquín Selma para hablar de su nuevo proyecto. Como gran conocedor del buen gusto y del mundo del diseño y del lujo, el alma mater de B&B ITALIA en la península ibérica amplía sus horizontes con SELMA MILLENARY OLIVE OIL.



Sin duda el mundo está lleno de oportunidades para aquellos que con imaginación, preparación, creatividad, trabajo y gestión, sean capaces de identificarlas y entenderlas. Estas son bases imprescindibles para el emprendimiento, y a priori no tienen nada que ver con la edad, aunque probablemente, como apunta nuestro interlocutor, la edad en empresa no es tanto un tema físico como

mental. Somos jóvenes mientras seamos inconformistas, mientras mantengamos intacta la capacidad de ilusionarnos con nuevos proyectos, mientras seamos capaces de comprometernos con ideas transformadoras.

Entrevistamos a Joaquín Selma, presidente de la empresa alicantina Hacienda Cruz de Galindo que comercializa un Aceite de Oliva Virgen Extra de muy alta calidad, bajo la marca Selma Millenary Olive Oil. A lo largo de su am-



"Hace ya mucho tiempo que entendí que en la empresa el objetivo, el negocio, nunca es el producto, sino el cliente"



plia trayectoria empresarial, Selma ha abordado diferentes negocios, aparentemente poco conectados: El calzado, los transformados vegetales, los automóviles o el mobiliario para grandes espacios, amén de su cargo como delegado de B&B Italia de muebles de alta calidad en la península ibérica. "Selma Millenary Olive Oil es la concreción de un proyecto sobre el que venía trabajando desde hace algunos años, pienso que, en realidad no se trata de una propuesta empresarial divergente de mi trayectoria anterior. Hace ya mucho tiempo que entendí que en la empresa el objetivo, el negocio, nunca es el producto, sino el cliente, de manera que el producto es solo el medio para satisfacer la expectativa del cliente en áreas de interés que pueden ser muy diferentes. Y un grupo empresarial, para tener éxito, debe entender a su cliente y resolver con diferentes productos/servicios, sus necesidades y expectativas. Adicionalmente, a título mucho más íntimo, este proyecto aúna dos mundos para mí fundamentales: el agrícola que me vio nacer, con el industrial en el que he crecido como empresario".

¿Cuáles son los valores que identifican a la compañía?

En primer lugar situamos la calidad del producto, en el proceso, en el servicio y en la tecnología y el compromiso económico, social y medioambiental en toda la actividad de la empresa. Tratamos de ser honestos en toda nuestra actividad y fomentar la confianza, cooperación y trabajo en equipo como forma de entender la actividad empresarial, tanto en el equipo propio de la empresa, como con los clientes, proveedores y otros grupos de interés en la compañía.

España es la primera potencia mundial de aceite de oliva, ¿Cómo consiguen marcar la diferencia con Selma Millenary Olive Oil?

Efectivamente, España produce casi la mitad del total de aceite de oliva que se consume en todo el mundo. Sin embargo, en otros países se consumen fundamentalmente otros aceites como el de coco, de palma, colza o el de girasol. El aceite de oliva representa apenas el 3% del total de aceites vegetales para consumo humano en el mundo, y sigue siendo

un gran desconocido para la inmensa mayoría de países. Tenemos, por tanto, el mejor producto y una baja cuota de penetración en el mercado, dos condiciones que definen una clara oportunidad a nivel global. Nuestra materia prima es de muy alta calidad, pero también hay otros AOVE excelentes por lo que la calidad debe ser identificable a través de todos los elementos que conforman el producto final. En lo que respecta al segmento de alto nivel en el que se posiciona Selma Millenary Olive Oil, tenemos desde luego competidores importantes, por lo que la estrategia competitiva básica que desarrollamos es la diferenciación con alta segmentación; es decir, identificación de los segmentos de clientes potenciales y canales de acceso, y un producto con características únicas de calidad en todas las fases del proceso de producción, en el servicio y en la presentación.

¿De dónde proceden las materias primas con las que fabrican su producto? Nuestra empresa es netamente alicantina. Nuestras sedes social y fiscal, una parte fundamental del proceso de fabricación (envasado, empaquetado, distribución) y el centro básico de toma de decisiones, están aquí, en la Vega Baja del Segura, en la provincia de Alicante. Aunque muchos de nuestros proveedores proceden de diferentes partes del mundo (en estos momentos, el aceite de Jaén, las botellas de cristal y el diseño de Italia, las latas de aceite de Andalucía y la serigrafía de Ibi). El mundo es global y nosotros tenemos una vocación de globalidad que nos permite conseguir los

"Mónica Armani, arquitecta y diseñadora italiana reconocida internacionalmente, ha diseñado nuestro packaging"

mejores componentes allí donde se encuentren, para definir un producto y un servicio diferenciados y de alta calidad. La provincia de Jaén es el productor del 40% del aceite nacional y, por tanto, en torno al 20% del aceite de oliva del mundo, lo que la coloca como referencia mundial del sector, máxime si tenemos en cuenta que el 95% del aceite que produce es de la variedad picual, de reconocidas características sensoriales y marcada personalidad, gran durabilidad y resistencia a la temperatura y más eficiente en la cocina. En mi opinión, se produce allí el mejor Aceite de Oliva Virgen Extra en estos momentos.

Háblenos de la estética de Selma Millenary Olive Oil. La forma de diferenciación que plantemos abarca más allá del producto básico; contempla el servicio, una presentación excelente, diseño, canales específicos de comercialización e imagen de marca. El diseño del envase, los elementos complementarios y el packaging, sin duda adquieren una gran relevancia en nuestro producto, y para ello hemos contado con Mónica Armani, arquitecta y diseñadora italiana reconocida internacionalmente, que ha diseñado tanto el formato de la botella



En Selma Millenary Olive Oil la presentación, el diseño del envase, los elementos complementarios y el packaging, adquieren gran relevancia.

Mónica Armani, arquitecta y diseñadora italiana reconocida internacionalmente, ha diseñado tanto el formato de la botella como otros elementos complementarios.

En cuanto a la etiqueta, el diseño ha corrido a cargo de José Alberto Pindado.



como otros elementos complementarios del “pack del gourmet” que presentaremos al público en un futuro próximo, idóneos para saborear el mejor AOVE del mundo. En cuanto a la etiqueta, el diseño ha corrido a cargo de José Alberto Pindado. La seguridad de contar con el mejor producto y los recursos y procesos más sostenibles, refuerzan nuestra convicción del éxito de la empresa.

¿Qué tipos de aceite comercializan? Trabajamos con cuatro tipos de AOVE, todos con la variedad de aceituna picual: Gran Selección (Aceituna verde temprana recolectada durante el mes de octubre); Selección (Media maduración recolectada durante el mes de noviembre); Orgánico (Ecológico, libre 100% de pesticidas y abonos químicos, lo que garantiza la pureza y calidad del aceite); y Maduración completa (última cosecha). A los múltiples reconocimientos por la calidad del aceite de nuestra almazara San Vicente, en Jaén, se une el reci-

bido este mismo año de la Diputación de Jaén con el distintivo “Jaén Selección” con otros siete aceites de entre 60 AOVE participantes en la cata concurso de enero pasado.

¿Qué proyectos tienen entre manos? Para conseguir el posicionamiento líder y diferencial en un mercado tan competitivo como el del aceite para consumo humano, son necesarios recursos, objetivos ambiciosos y focalización clara. Especialmente si esa empresa pretende liderar un segmento de clientes de alto nivel. Una vez consolidados en el mercado español y europeo tenemos como objetivo ser líderes en los mercados chino, japonés y estadounidense. Somos conscientes de que es un mercado ambicioso y que solo es posible alcanzar con una estrategia muy bien diseñada y con una gama de productos adaptados a las expectativas más exigentes. Para nosotros es de vital importancia poder contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de todas las zonas en las que “Hacienda Cruz de Galindo” desarrolla su actividad.

Esperamos que todo esto nos ayude a comercializar en el futuro otros productos gourmet de primerísima calidad. En los últimos tiempos parece que ha empezado a moverse esta Industria del Aceite, “desde el campo a la mesa”, también en Alicante donde ya existe una cierta industria de carácter básicamente local, no solo en la tradición alcoyana de elaboración de aceitunas de mesa de gran calidad.

¿Cree que se podrían establecer sinergias futuras entre “Selma Millenary Olive Oil” y esas industrias directas o auxiliares en el mundo del aceite? Por supuesto, especialmente en el aceite de oliva virgen extra ecológico. Y no solo en el campo del aceite. En la línea apuntada de futuro de productos de alto valor culinario, hablar de miel, cerezas, granadas, etc., podrían sentar bases de colaboración futura entre empresas focalizadas en el mismo segmento de clientes, en los que nuestra empresa, “Hacienda Cruz de Galindo”, estaría dispuesta a participar. Estamos convencidos de que para competir con ciertas garantías en mercados internacionales es necesario aumentar el tamaño de nuestras empresas o, al menos, establecer criterios claros de colaboración, sinergias entre compañías alicantinas, de las que “Hacienda Cruz de Galindo” siempre será un impulsor.

“Es de vital importancia poder contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de todas las zonas en las que desarrollamos nuestra actividad”