



# Jill Myers, fundadora de Women In Olive Oil (WIOO)

Lo que surgió como un grupo más dentro de una red social, ha acabado convirtiéndose en toda una declaración de intenciones: ponerle voz a las mujeres que conforman el sector del aceite de oliva a nivel mundial. Tan sólo dos meses después de su creación, Women in Olive Oil (WIOO) aglutinaba ya a 1.000 mujeres de 40 países que habían comenzado a conocerse y a crear vínculos profesionales y personales en torno al sector oleícola. ¿Qué será lo próximo? Le preguntamos a Jill Myers, fundadora de este grupo del que Grupo Editorial Mercacei es *mediapartner* en exclusiva y al que yo tengo el placer de pertenecer.

[Texto: Pandora Peñamil Peñafiel]



**¿Cómo surgió la idea de crear el grupo Women In Olive Oil (WIOO)?**

Tras hablar con varias mujeres implicadas en la industria del aceite de oliva, decidí que era importante contar con una red activa para nosotras. Parece mentira, pero este proyecto estuvo muy motivado por la pandemia, en el sentido de explorar la forma de crear mecanismos para conectar entre nosotras a pesar de la distancia.

Todos los días y en todos los lugares del mundo existen muchas mujeres que persiguen sus sueños y se enfrentan a grandes desafíos. Lo que nos une a todas nosotras es que compartimos una pasión interesante y única: el aceite de oliva. Así que, resumiendo, comencé este proyecto con el simple objetivo de conectar a las mujeres que trabajan en el sector del aceite de oliva a nivel mundial para poner en común nuestros desafíos, conocimientos y, sobre todo, éxitos.

**¿Quien forma parte de este grupo?**

Este es un club privado en el que tienen cabida todas las mujeres cuyo sustento se centre en el aceite de oliva. Yo lo considero como un grupo global de productoras, educadoras, minoristas, investigadoras y embajadoras del aceite de oliva.

**¿Cuales son los propósitos de WIOO?**

El objetivo principal de WIOO es compartir ideas, alentarnos y apoyarnos mutuamente para crear mejores oportunidades las unas para las otras. La idea es que utilicemos esta plataforma

de networking como una red activa para la colaboración que tenga como propósito unir las habilidades intuitivas propias de las mujeres y la tecnología moderna para desarrollar al máximo nuestro potencial.

Creo que Women In Olive Oil está permitiendo a las mujeres unirse para compartir experiencias, crear una red de apoyo y, en última instancia, cambiar juntas el mundo del aceite de oliva. Hasta la fecha, contamos ya con 1.000 mujeres presentes en más de 40 países.

Las mujeres siempre nos mostramos deseosas de unir esfuerzos con el fin de fomentar la riqueza cultural e intelectual en el sector. Además, contamos con una amplia gama de profesionales que incluyen a líderes en la industria, chefs, agricultoras, maestras de almazara, investigadoras, catadoras, educadoras, importadoras, exportadoras y minoristas. Esta diversidad cultural de profesionales proporciona un terreno muy fértil en el que poder desarrollar proyectos innovadores y sinergias que, a su vez, ayudarían a mejorar la forma en la que cultivamos, consumimos, transportamos, investigamos, enseñamos y comercializamos el aceite de oliva. En definitiva, si a través del trabajo realizado por mujeres fuertes logramos esta meta, conseguiremos aumentar en última instancia el valor financiero y profesional de la mujer.

**¿Qué iniciativas tenéis previsto realizar?**

Planeamos expandir nuestro trabajo a diversos sectores y culturas cuyo trabajo esté relacionado directamente con el aceite de oliva virgen extra. Los proyectos a realizar incluirán las

siguientes áreas clave para desarrollar acciones concretas: producción y agricultura; prácticas ambientales sostenibles; salud y nutrición; programación educativa centrada en la juventud; programas de prácticas y de mentoría de estudiantes; comercialización, importación y exportación; arte culinario e integración cultural; y think-tanks sobre arte, promoción y cultura (fotografía y demás creaciones artísticas).

**En poco más de dos meses habéis logrado reunir a casi 1.000 mujeres dedicadas al mundo del olivo, ¿os esperabais este éxito?**

Lo cierto es que no esperaba que el proyecto despegara tan rápido como lo ha hecho. Nada más crear el grupo llamé a Carola Dummer, Alexis Kerner y a otras amigas de confianza relacionadas con el mundo del AOVE y nos dimos cuenta de que, a medida que nuestra visión se iba expandiendo, las mujeres se entusiasman cada vez más por ser parte de una comunidad exclusivamente femenina donde poder apoyarse mutuamente. Se convirtió, en tan sólo tres días, en un proyecto global. Vimos que los miembros se beneficiaban enormemente de esta camaradería y de ser parte de una red, no sólo personal sino profesional, que las conectaba de una manera sin precedentes. Ha sido increíble.

**Según los datos del último informe Women in Business (2019), de la consultora Grant Thornton, las mujeres ocupan tan sólo el 30% de los puestos de dirección en el mundo empresarial. De hecho, en los encuentros y jornadas del sector, la presencia de**



“Las voces de las mujeres del sector deben ser escuchadas y reconocidas para que toda la industria prospere y florezca”

[ “Considero WIOO como un grupo global de productoras, educadoras, minoristas, investigadoras y embajadoras del aceite de oliva” ]

**mujeres suele ser muy inferior a la de los hombres. ¿Existe todavía algo de sexismo en el mundo oleícola?**

Sí, tal y como ocurre en todos los ámbitos de trabajo. A esto debemos sumar que el sector agroalimentario se ha mostrado a lo largo de la historia especialmente reticente a la presencia de agentes externos, particularmente aquellos que proviniesen de mujeres. En muchos lugares, las mujeres deben trabajar el doble para ganarse el respeto y la autoridad que se les otorga automáticamente a la mayoría de los hombres.

WIOO está diseñado para empoderar y elevar el papel de las mujeres en la industria oleícola a través del *networking*, la responsabilidad y la acción. Somos una red cerrada y activamente comprometida para aquellas mujeres que apoyan a otras mujeres.

**A pesar de ello, la tendencia es que cada vez se llevan a cabo más iniciativas lideradas por mujeres. ¿Consideras que cuentan con el apoyo suficiente por parte del sector o las asociaciones implicadas?**

Nosotras, personalmente, nos encontramos realmente abrumadas por el apoyo recibido. Creo que debemos prepararnos psicológicamente para que en algún momento esta lucha se vuelva cuesta arriba, especialmente a medida que ampliamos nuestras iniciativas. Pero está claro que vamos a trabajar para que las mujeres alcancen todos los niveles de experiencia y consideración necesarios para aumentar la igualdad de género en todo el mundo.



**¿Cómo ves el papel de la mujer en el sector en un futuro próximo?**

El objetivo de WIOO es contribuir a los avances individuales y sociales de todas las mujeres vinculadas al aceite de oliva. El objetivo de nuestra organización es crear un lugar seguro para la colaboración y el intercambio de conocimientos que se encuentre abierto a todas las mujeres. Al promover el desarrollo profesional, las oportunidades comerciales, la consolidación de la presencia femenina en el mundo del AOVE y concienciar sobre la desigualdad de género, estamos aportando mayor visibilidad a las mujeres de esta industria a escala mundial.

Creemos firmemente que las mujeres son el futuro y, a través de apoyo y educación, pueden estimular el crecimiento de la comunidad y aportar prosperidad económica al sector en el plano internacional. Las voces de las mujeres del sector deben ser escuchadas y reconocidas para que toda la industria prospere y florezca.

**Hablemos del consumidor. Hace poco la NAOOA alertaba de que uno de cada tres estadounidenses no está seguro de que el aceite de oliva proceda de las aceitunas... ¿Existe realmente esta falta de cultura en torno al AOVE? ¿Qué crees que se podría**



### hacer para revertir esta situación, no sólo en EEUU, sino en el resto del mundo?

Necesitamos equipos de educadores y pedagogos en todo el mundo; este es el gran enfoque de WIOO. La conciencia cultural y la educación son temas aún pendientes en Estados Unidos, ya que existe poco consenso al respecto y no se le otorga a la salud y al bienestar la importancia que realmente tienen. Sin embargo, esta disparidad también nos brinda una gran oportunidad. El mercado estadounidense demanda educación y productos de alta calidad que proporcionen al consumidor bienestar y satisfacción.

Muchas culturas a nivel mundial ya han incorporado el aceite de oliva a sus platos tradicionales, rutinas de belleza y rituales. Involucrando, a través de iniciativas educativas a todos los miembros de la industria alimentaria, de la nutrición y la atención médica, conectaremos con aquellos que más necesitan esa información.



## Cuestión Personal

**Una afición:** ¿una? El ciclismo de montaña, correr, la jardinería... ¡y el *Slow Food!*

**Una virtud:** soy organizada, estratega y jugadora de equipo

**Un defecto:** puedo ser impulsiva (¡soy Aries!)

**Tu libro favorito:** *Olives: The Life and Lore of a Noble Fruit*, de Mort Rosenblum

**Tu película favorita:** *Cuestión de Tiempo*

**Tu plato favorito:** pesto casero elaborado con ingredientes de mi jardín, pasta casera, un AOVE excelente y un vino tinto para maridarlo

**Un virgen extra para maridar:** un monovarietal toscano intenso que combina a la perfección con una ensalada caprese

**El mejor uso del aceite de oliva:** mmm.. ¡todos! Yo diría que emplearlo tanto para comenzar como para finalizar un plato

**Lo que más te gusta de tu trabajo:** ¡lo increíble que resulta ver a un *foodie* probar un AOVE sublime por primera vez!

**Lo que menos:** facturar

**Tu lugar favorito:** los alrededores de Charlottesville, en Virginia (EEUU) o Italia... Amo Italia

**Un deseo para el sector del aceite de oliva:** aumentar el consumo globalmente mediante la educación. Lograr dar voz al pequeño productor... poder contar sus historias a la gente

**CITOLIVA**<sup>®</sup>  
www.citoliva.es

### TIPO DE ESTUDIO:

- Caracterización del proceso y comportamiento del aceite y alimento en fritura
- Comparativos de diferentes aceites en fritura
- Caracterización del proceso y comportamiento del aceite y alimento en fritura
- Estudios de consumidores con alimentos fritos

SERVICIO  
LÍDER

ESTUDIO COMPARATIVO DE ACEITES EN FRITURA



953 22 11 30



citoliva@citoliva.es



www.citoliva.es



Logo de WIOO creado por Cristina Garrido y Laura González.

[“Nuestro objetivo es contribuir a los avances individuales y sociales de todas las mujeres vinculadas al sector oleícola”]

**El aceite de oliva es uno de los productos estrella de las tapas, que cada vez atraen a más consumidores gracias a la promoción de chefs famosos como José Andrés. ¿Crees que las tapas podrían llegar a ser la nueva fast food de moda y una buena forma de promover el consumo de AOVE?**

Me encanta descubrir más y más restaurantes que sirven tapas en sus menús. Por desgracia, no creo que las tapas logren reemplazar al fast food pero, desde luego, sí van a ocupar su propio lugar en el mercado. En Estados



Alexis Kerner, presidenta de WIOO.



Carola Dummer, directora de Comunicación.



Fabienne Roux, vicepresidenta de Planificación Estratégica.



Caroline Robitaille, vicepresidenta de Programas.



Cristina Stibacu, directora de Relaciones Internacionales.



Emmanuelle Dechelette, directora de Relaciones Públicas.

Unidos, la comida es a menudo vista como combustible. Muchas personas no lo ven como una fuente de placer o de conexión comunitaria, sino como una actividad para reponer fuerzas. Las tapas cambian por completo esta visión. A través de la promoción de este

estilo de gastronomía, las dietas lograrían ser más equilibradas, comer podría convertirse en un ritual sagrado y la familia y los amigos podrían conectar a través de platos con ingredientes de alta calidad, entre los que se encuentra, por supuesto, el AOVE. 🍯