

¿Qué se oculta tras “El Mundo de las Marcas”?

En el número anterior de nuestro magazine inauguramos en estas páginas una nueva sección que, bajo el nombre de “El Mundo de las Marcas”, pretende ofrecer otra perspectiva del mundo del aceite.

Antiguas prerrogativas nobiliarias, caminos inmemoriales, labradores y reyes,... El nombre elegido para un aceite, que determina su

personalidad tanto como las aceitunas de las que procede, puede tener a sus espaldas una historia sorprendente, desconocida incluso para aquellos que lo consumen o distribuyen. ¿Por qué no ofrecerles la posibilidad de contemplar todo lo humano que existe tras un aceite de calidad? Todo un mundo de posibilidades...

Trespuestas **Viejo**, camino tradicional y comercialización moderna

“Allí están las puertas de los caminos de la Noche y del Día, sujetas entre un dintel y un umbral de piedra, altas hasta el éter, cerradas con ingentes bojas (...)”

*José Gaos.
(Fragmento de
“El Poema de Parménides”)*

El nombre de este aceite originario de Jaén es todo un ejercicio de sabia combinación de lo antiguo y la moderno.

Trespuestas Viejo es, en primer lugar, el nombre de la finca propiedad de la empresa Olife, situada en el término municipal de Úbeda. Antiguo paso y zona de descanso de una calzada romana de la cual aún se conserva parte y que enlazaba levante con Extremadura a través de Sabiote, cruzando el Guadalimar a través del famoso Molino de Ramón, de estilo románico.

Así, en el citado cortijo (cuyo torreón, posterior al románico aparece en las etiquetas



de este virgen extra), conflúan los tres caminos: uno hacia Sabiote, otro hacia el Molino de Ramón y un tercero hacia Villacarrillo, de ahí las “tres puertas” de la marca. Estas rutas conflúan en la antigua almazara donde se producía los ya famosos aceites *Trespuestas Viejo*, que eran enviados a través de la calzada romana a diferentes puntos de España e Italia.

Además de por motivos históricos, la empresa se decidió a conservar la marca original de acuerdo con el enfoque que se ha querido dar a la comercialización de este zumo, que pretende llegar hasta el consumidor a través de tres puertas básicas: la primera es ofrecer un aceite de oliva virgen extra de calidad, la segunda, que sea de baja acidez -inferior a 0'2°- (lo que le aporta una suavidad muy apreciada en el extranjero) pero sin perder el pequeño toque de amargor típico de la picual de Jaén y, por último, ofrecer una buena relación calidad-precio.

De esta forma, Olife ha querido conjugar en *Trespuestas Viejo* todo el sabor y el encanto de tradiciones milenarias con un enfoque de comercialización atractivo para el consumidor.