



Vengo con los ojos nuevos

Almudena Recio-Román

*Llego con los ojos nuevos,
vengo tomando el relevo
de las que no callaron,
de las que se quedaron
sin caer en el olvido,
sino en el recuerdo.*

*De mi madre, que alzó la voz en cada aula
y enseñó que el saber no se inclina ante el género.
De mis abuelas, que escribieron su nombre
donde solo cabía espacio para hombres.*

*Vengo de las que pagaron el precio,
de las que soportaron el desprecio,
de las que rompieron el silencio;
y ahora tomo, y tomamos, el relevo:
siendo espejo,
siendo el reflejo*

*de las que danzan con el tiempo hasta doblegarlo,
que en la cumbre no piden permiso,
solo se desempeñan en su compromiso.*

*Las que en el margen escribieron su certeza,
y no temen la mesa ni su alteza,*

*imponiendo en la cumbre su razón,
su paso firme, nuestra lección.*

*El lugar que ocupamos es ganancia,
la única verdad que hoy puede verse.
No somos un apoyo, somos perseverancia,
la nueva realidad que ha de imponerse.*

*Con los ojos nuevos de quien siempre supo
que el lugar que dieron es solo un sueño,
pues el sitio que a otras les cupo,
a nosotras se nos hace pequeño.*

*Miro con los ojos nuevos,
pero el fuego que arde es el mismo,
la llama que nació de la historia:
es el fuego que mi madre dejó encendido,
y el valor de mis abuelas en la memoria.*

*Es mi fuego,
nuestro fuego,
el que nos une hoy,
y en cada llama viva,
soy.*

1. LA TIERRA QUE SUSURRA

Era jueves por la mañana en el consultorio de Aparicio. Carmen llevaba cincuenta años con las manos de quien ordeña vacas desde los catorce. Marta, cuarenta, vaqueros limpios, móvil último modelo.

—¿Tú también vienes por las brucelosis? —preguntó Carmen.

—Por el seguro del ganado. Por todo. —Marta suspiró—. Cada vez hay más papeles para lo mismo.

—Yo vengo porque hasta que Aparicio no firma, no cobro las ayudas. Y las ayudas las necesito para pagar al que me ayuda a llenar los papeles.

Marta sonrió. —Es como una pescadilla que se muerde la cola.

Carmen miraba hacia la puerta de la consulta. —¿Sabes lo que más me molesta? Que me traten como si fuera nueva en esto. Treinta años levantando esta explotación. Mi marido se llevaba el dinero al bar. Yo hacía que las cosas se hicieran.

—Invisible, pero imprescindible —dijo Marta.

—Como el aire. Nadie lo ve, pero si falta, se acaba todo.

Cuando salió Carmen, Marta supo que dentro de treinta añosaría ella. Y que la tierra siempre susurra las mismas verdades. Solo hay que saber escuchar.

2. LAS MANOS QUE TRANSFORMAN

El AVE hacia Madrid. Ana, directora de Innovación, tecleaba informes. A su lado, una mujer mayor con un bocadillo de jamón y aceite.

—¿Va a trabajar?

—Reunión en Madrid. ¿Y usted?

—Cuarenta años en Conservas Martínez. Empecé poniendo etiquetas, acabé llevando toda la línea de vegetales.

Ana cerró el portátil.

—¿Llegó a jefa?

—Oficialmente era "encargada". Pero la producción la llevaba yo. El jefe de producción era el hijo del dueño, que venía a firmar lo que yo le ponía delante.

—¿Y cómo lo superó?

—Con resultados. Cuando mis lotes salían mejor, empezaron a preguntarme qué hacía diferente.

Ana pensó en sus propias batallas. En las reuniones donde tenía que demostrar cada propuesta tres veces más que sus colegas masculinos.

—Cuando me jubilé, había doce mujeres en puestos de responsabilidad. Cuando empecé, éramos todas peones.

—¿Cree que ha cambiado mucho?

—Ha cambiado. Pero no tanto como debería.

El tren empezó a frenar. Antes de bajarse, la mujer guardó los restos del bocadillo.

—¿Sabe qué es lo que más me gustaba? Que cuando una conserva salía perfecta, sabía que iba a llegar a miles de casas. Que iba a alimentar a familias que no me conocían.

Ana se quedó con esa frase. Porque al final, todas estaban haciendo lo mismo: transformar. Mejorar. Alimentar. Solo que ahora, por fin, alguien las llamaba por su nombre.

3. LOS PUENTES QUE CONSTRUYEN

El supermercado a las nueve de la noche. Elena, directora regional, en la cola. Una señora mayor revisaba obsesivamente su ticket.

—¿Entiende esto de las ofertas? Me han cobrado las tres botellas enteras.

Elena miró. Era una promoción que su equipo había diseñado.

—Tiene que ser la misma marca y formato.

—Antes ibas a la tienda de Manolo, le decías "Manolo, ponme aceite", y te daba el que tenía. Ahora hay dieciséis tipos de aceite con condiciones diferentes.

La cajera se metió en la conversación. —Mi madre era así. Tenía una tienda de ultramarinos. Sabía qué compraba cada vecino, cuándo cobraban la pensión...

—¿Y qué pasó?

—Se jubiló. Intentó vender, pero nadie la quería. Ahora es una hamburguesería.

Elena pensó en los informes que cruzaban su mesa. Análisis de cierres de pequeño comercio. Estrategias de proximidad. Todo muy técnico. Nada que hablara del alma.

—¿Creen que era mejor o solo nostalgia?

—Era diferente —dijo la cajera—. Mi madre conocía la historia de cada familia. Sabía quién pasaba apuros y les fiaba sin decir nada.

—Era comercio, pero también era otra cosa —añadió la señora—. Era cuidar.

Elena pagó pensando en esa palabra. En su mundo se hablaba de fidelización, de customer experience. Pero nadie hablaba de cuidar.

4. LA MESA QUE ACOGE

Feria gastronómica. Isabel, con dos estrellas Michelin, ve a Cristina en la barra. Quince restaurantes en tres años. Dos mujeres que revolucionaron la restauración desde trincheras opuestas.

—¿Cómo empezaste?

Cristina se quedó pensativa.

—Cuando me di cuenta de que yo no tenía derecho a estar aquí. Cuando empecé en cocinas, nadie me veía como chef. Era "la inmigrante que friega platos".

—Pero sabías cocinar.

—Cocinaba de forma "diferente". Con especias que no reconocían, con técnicas que no eran las "correctas". Mi abuela cocinaba mejor que cualquiera de esos hombres. Pero su cocina era "exótica", no "profesional".

—¿Cómo conseguiste que funcionara?

—Cocinando mejor que nadie. Cada plato era una demostración de que yo merecía estar aquí.

Cristina tomó un sorbo.

—Cuando abrí mi primer restaurante, los bancos no me prestaban dinero. Los inspectores venían constantemente. Los clientes dudaban antes de entrar.

—¿Y ahora?

—Ahora tengo quince restaurantes. Cincuenta por ciento de mis gerentes son mujeres. He contratado a más de trescientos cocineros inmigrantes que, como yo, sabían cocinar pero nadie les dejaba demostrarlo.

Isabel levantó su copa.

—Eso es liderazgo.

—Espero que más gente entienda eso. Que alimentar bien no es un acto menor. Es política. Es resistencia. Es poder.

Después de que Cristina se fuera, Isabel pensaba en cómo ella había tenido que luchar siendo mujer. Pero Cristina había tenido que luchar el doble. O el triple. Contra el género, contra los prejuicios, contra la invisibilidad.

Y aun así había transformado el sector.



5. CONCLUSIÓN: LA MIRADA QUE ALIMENTA

Hay un momento en el que dejas de ver el mundo como te enseñaron y empiezas a verlo como realmente es.

Para mí, ese momento llegó cuando entendí que la cadena alimentaria no es una sucesión de procesos económicos. Es una red de cuidados.

Invisible, frecuentemente ignorada, pero absolutamente vital.

Durante décadas hemos llamado a eso "trabajo". A veces, "trabajo femenino". Como si fuera algo que sucedía en los márgenes del verdadero negocio.

Pero después de estas conversaciones —con Carmen ordeñando sus vacas con treinta años de experiencia ignorada, con Ana descubriendo que la intuición de una mujer jubilada valía más que sus modelos predictivos, con Elena reconociendo que el comercio es un acto de confianza, con Cristina alimentando desde la verdad de quién es— he entendido algo diferente.

Las mujeres no han estado en los márgenes de la cadena alimentaria. Han estado en su corazón.

Lo que hemos hecho mal, colectivamente, es confundir invisibilidad con ausencia.

Pero si miras con los ojos nuevos —los ojos que una voz de mujer me pidió que abriera— ves otra cosa completamente diferente.

Ves a las mujeres que levantaron explotaciones desde cero. Que innovaron en sostenibilidad décadas antes de que fuera moda. Que convirtieron el conocimiento ancestral en ciencia aplicada. Que no pidieron permiso. Que simplemente lo hicieron.

Ves a directoras que leen datos como otros leen novelas. Que entienden que la tecnología debe servir al cuidado, no al revés.

Ves a mujeres que han tejido redes de comercio basadas en la confianza. Que saben que vender es un acto de responsabilidad.

Ves a chefs que han entendido que alimentar a otros es la forma más radical de ejercer poder: el poder de cuidar, de sanar, de crear memoria.

Y ves, también, a los hombres que han tenido el valor de cambiar y de ayudar a que otros cambiaron. Que aprendieron de ellas.

El futuro del sector alimentario no depende de si las mujeres "consiguen" acceso a posiciones de poder. Ya lo tienen. Lo que depende es de si el sector tiene la madurez de reconocerlo.

No se trata de paridad de género como favor. Se trata de supervivencia empresarial. De inteligencia.

Cuando Carmen se jubile, su ganadería seguirá siendo rentable. Cuando Ana retome su empresa, habrá transformado la forma en que se entiende la innovación. Cuando Elena suba de rango, llevará una visión de comercio basada en la humanidad. Cuando Cristina expanda, mantendrá la filosofía de que alimentar es cuidar.

Eso es liderazgo. No es novedad. Es reconocimiento de lo que siempre estuvo ahí.

La cadena alimentaria que nos sustenta no es un sistema de producción y consumo. Es un ecosistema de cuidados.

Y ese ecosistema siempre ha sido liderado por mujeres.

Solo que ahora, por fin, podemos verlo.

Porque venimos con los ojos nuevos.

Pero la verdad es la más antigua de todas. ■

SOBRE LA AUTORA

Almudena Recio-Román, colaboradora habitual en Distribución y Consumo, es Business Analyst en Nestlé IT Global, especializada en transformación digital y análisis de datos en la industria de gran consumo. Doctora en Business & Economics por la Universidad de Almería, Máster en Marketing Analytics por la Universidad de Tilburg (Países Bajos) y graduada en ADE por la Universidad Carlos III de Madrid.

Anteriormente trabajó durante más de cuatro años en IBM como Senior Customer Transformation Consultant, liderando proyectos de transformación digital en más de 50 mercados globales. Experta en implementación de soluciones CRM a escala internacional y metodologías ágiles en entornos multiculturales.

Es autora de diversas publicaciones académicas sobre comportamiento del consumidor, neuromarketing y retail, incluyendo investigaciones sobre pop-up stores y el futuro del comercio minorista con inteligencia artificial generativa.