

Barriles montillanos tratados con vino andaluz envejecen güisqui en 35 países

[Dc eldiadicordoba.es/provincia/Barriles-montillanos-tratados-vino-andaluz-envejecen_0_1625238038.html](https://eldiadicordoba.es/provincia/Barriles-montillanos-tratados-vino-andaluz-envejecen_0_1625238038.html)

Efe / Álvaro Vega 01 Noviembre, 2021 - 14:11h

November 1, 2021

Una tonelería de Montilla abastece de barriles que han sido tratados con vinos de las denominaciones de origen de Montilla-Moriles, Jerez o Málaga a productores de **35 países para que envejecan sus güisquis**. Aunque en los diferentes tipos de robles que utilizan también maduran ron, ginebra, bourbon y hasta cerveza en un proceso en el que el destilador tiene "toda la decisión en su barril".

Así lo explica Rafael Cabello, que lleva veintiséis de su cuarenta años dedicado a **Tonelerías del Sur**, la empresa que sufrió "una transformación bestial" (de cinco a veinticinco trabajadores) tras los cuatro meses que pasó en Seattle (Estados Unidos), donde llegó por su inquietud, gracias a una beca de Instituto de Comercio Exterior (ICEX), cuando la crisis del 2008.

Ese año se hundió el floreciente mercado del "barril pequeño a nivel nacional" para el consumo propio, que se vino abajo, porque la mayoría de los compradores vivían de la construcción. "Estuve cuatro meses en una destilería, con un intercambio cultural-laboral, en el que yo les enseñaba el mantenimiento de los barriles en la destilería y ellos a mí los conceptos básicos de la destilación, la cata y lo que ocurría con el güisqui en los barriles antiguos que les vendía y que habían contenido vino de Montilla", relata Cabello delante de un inmenso papel plagado de papeles en uno de sus **seis centros de producción en Montilla**.

Al regresar, "parecía que venía del espacio, fue un cambio bestial el ver cómo en las empresas los trabajadores estaban muy involucrados, había conceptos que aquí no se veían, en la destilería fluía el valor humano que había detrás", lo que permitió llegar "con la mente bastante abierta, no sabía cómo podíamos trabajar aquí todos los días once horas pero no se veía en la producción".

Pero, además de con la mentalidad empresarial transformada, Rafael Cabello regresó a Montilla con una clave que le ha permitido la transformación de la empresa: "El destilador me enseñó que en el mercado **faltaban barriles de alta calidad**".

Había elegido esa destilería porque era una de las que componían el 30% del negocio que constituía la exportación de la empresa que su padre fundó en 1974, tras dedicarse desde los 12 años a la tonelería, entonces a la reparación de los barriles en las bodegas de la zona. Ahora, la exportación supone el 95% de su negocio.



El gerente de Tonelerías del Sur, Rafael Cabello. / Efe / Rafa Alcaide

Fue el auge de Montilla-Moriles, que hasta entonces compraba los barriles en Jerez. La empresa pasó más tarde por las vicisitudes del mercado, según recuerda Cabello horas después de recoger el Premio a la Artesanía de Andalucía, en la categoría de Innovación e Investigación.

La primera, la de la caja de cartón con una bolsa para los bares y cuando las bodegas empezaron a embotellar ellas mismas en ese formato, que les hizo dejar el barril de una arroba y de ocho litros y les llevó a la mesa-barril, con más de diez de años fabricando alrededor de 1.500 por ejercicio.

Una marca de barril

Pero la crisis financiera del 2008 exigió otra transformación y junto a la clave que le dio el destilador de Seattle, de Estados Unidos también se trajo la empresa de mercadotecnia que les trabajaba a los norteamericanos y su apuesta por el diseño. Había que hacerse "**innovadores en la presentación del barril**, según la línea se va presentado en un color diferente, porque quería que se detectara fácilmente, un barril es un barril y desde hace dos mil años, aunque haya mejorado la técnica, se sigue fabricando de la misma manera, es una madera, redondo y con sus aros".

Por ello, Rafael Cabello se planteó el "proyecto de **crear una marca de barril**, en la que fuera de tan alta calidad que no hubiera algo igual y que pudiera crear sinergias con proveedores en que las alianzas fueran muy importantes y creamos las marca Casknolia".

De esta forma, articuló que el cliente "viniera aquí, conociera la bodega que trabajamos para el envinado y que pudiera decidir en qué bodega, con qué madera, qué tipo de barril... *Casknolia* es un barril de autor, hacer un barril a medida".

Este es el denominado *Legacy*, aunque también tiene otras dos líneas, la *Historic*, que es el antiguo reparado o hecho con madera de barriles de vino ya utilizado, y la *Virgin*, de nueva construcción. Con ello ha logrado, asegura, que "los destiladores se sienten muy cómodos con esa transparencia en un mercado de muy alta gama porque tiene toda la decisión de su producto", ya que "trabajamos los mejores robles, intentamos trabajar con las mejores bodegas, con sus mejores vinos y eso nos hace ser diferentes", porque, en definitiva, "vendo sabores, más que barriles".

Su producción está entre los 8.000 y los 8.500 barriles al año, cifras que superará este ejercicio, aunque lo que es difícil de batir es que un productor de bourbon envejecido en barril envinado con Pedro Ximénez avale en su botella con la marca *Casknolia* como referente de calidad.