

EL ACEITE DE OLIVA VIRGEN SIGNIFICA CALIDAD, CULTURA Y TRADICIÓN

Rosa Vañó. Directora de la empresa de aceites Castillo de Canena

Rosa Vañó, fundadora de una empresa dedicada a la producción y distribución de aceite virgen extra, fue la encargada de abrir el acto de la entrega de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales, en octubre del pasado año. Vañó se siente implicada en la defensa de un aceite de calidad, producido con criterios sostenibles, y en su difusión por todo el mundo. Tras agradecer la invitación al ministerio y felicitar a las premiadas pronunció el presente discurso, en el que explica su trabajo y sus vivencias.



Rosa Vañó en su intervención en la entrega de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales 2012

Es para mí un placer poder compartir con todos ustedes mi experiencia y poder transmitirles mi pasión, mi entusiasmo y mi apuesta por un producto que quizás sea uno de los más representativos del medio rural español: el aceite de oliva.

He de reconocerles que hace ya algunos años, cuando me planteé integrar un paso más en la cadena de valor de nuestra compañía, estancada en el mundo de la agricultura de cantidad y los graneles como producto, fui muy consciente de las dificultades que ello entrañaba, no solo por el cambio de filosofía

empresarial, sino por el diseño de una forma de trabajo totalmente distinta de la habitual, liderada por una mujer en un mundo fundamentalmente masculino.

He sido consciente a lo largo de estos años de que la gran dificultad de implementar mi sueño, nuestro sueño, no ha sido mi condición de mujer, sino el reto de la puesta en valor de un producto. Con esta experiencia me gustaría animar a muchas de ustedes a entrar en el mundo empresarial, a aceptar el reto de crear un proyecto propio, sin miedo, sin complejos y sin prejuicios.

Nada es por azar o fortuna, nada es por casualidad; estoy convencida de que todas sabemos que hacer realidad un proyecto supone un esfuerzo considerable. La preparación es una de las piezas clave; encontrar la oportunidad, determinar el objetivo de nuestro negocio, diseñar los productos con la innovación, diferenciación y valor suficiente para desarrollar un discurso incontestable. La arquitectura del proceso, la calidad, la trazabilidad, todo suma en la composición de un posicionamiento sólido que nos permita crear un negocio sostenible, con un horizonte amplio y sano.

APOSTAR POR LA CALIDAD EN DETRIMENTO DE LA CANTIDAD

En nuestro caso diseñamos una línea de aceites de alta gama, cambiando para ello toda la filosofía de producción que se había tenido en la casa hasta el momento; apostamos

por la calidad en detrimento de la cantidad, en pensar más en la cata de los aceites que en el rendimiento oleico de la aceituna, enfocar los objetivos empresariales no sólo a la economicidad sino a la valorización del producto final: los aceites.

Se alteraron fechas de recogida, adelantamos la cosecha, redujimos drásticamente los procesos de molturación, trajimos modelos de conservación de los aceites del mundo de los vinos, en fin, todo aquello que consideramos imprescindible en nuestra metamorfosis. Este planteamiento hizo que más de un oliverero de toda la vida se echara las manos a la cabeza. Todos, hombres y mujeres, cambiamos, nos formamos, aprendimos e invertimos lo mejor de nosotros con un objetivo común, sin importar quién lo liderara.

“La experiencia del mundo rural español, sus productos de la tierra, su diversidad de paisajes, sus costumbres y su historia demostraron ser una potente carta de presentación en el mundo internacional”

No éramos conscientes del potencial que teníamos en frente, no sabíamos que a los nueve años de empezar aquel proyecto íbamos a exportar nuestros aceites a 42 países en el mundo, ganar los premios más prestigiosos, alcanzar la máxima puntuación en la guía referente del sector a nivel mundial (la italiana *Flos Olei*) y estar presentes en la carta de los restaurantes y establecimientos más



El aceite se hace con tres variedades de árboles: pical, arbequina y royal

emblemáticos del mundo. Lo que sí sabíamos es que era necesario el cambio, la calidad, la innovación y la inversión en recursos, tanto económicos, como humanos. A ello se unieron unas altas dosis de dedicación y también mucha paciencia para que Castillo de Canena pudiera madurar.

La experiencia del mundo rural español, sus productos de la tierra, su diversidad de paisajes, sus costumbres y su historia demostraron ser una potente carta de presentación en el mundo internacional, y aprendimos a valorar y a ser conscientes del potencial de nuestro propio entorno, de nuestra propia riqueza. El mundo rural es garante

de la magia de la tradición y de la autenticidad del mundo del olivar: redescubrir nuestros campos, mares de olivos, el sosiego de los ciclos de la naturaleza, la tensión de la cosecha, la angustia de la climatología o la satisfacción de un aceite recién molturado.

Nos hemos dedicado a predicar este mundo cuatro mujeres en 42 países. Exportamos no solo un aceite embotellado, sino todo lo que existe detrás de él: nuestra tradición, nuestros paisajes, nuestro arte e historia, nuestra gastronomía, nuestras costumbres... También llevamos nuestra capacidad de reinventarnos, nuestro esfuerzo en calidad, nuestra profesionalidad, nuestro compromiso con el producto y nuestro convencimiento de que poco a poco seremos capaces de consolidar nuestra marca a nivel mundial.

Me alegro de haber podido compartir la experiencia de Castillo de Canena con ustedes y les animo a que emprendan sus proyectos empresariales con paciencia, inteligencia, ilusión y tesón, cualidades que nosotras las mujeres tenemos sobradamente. **R**

La finca en la que se produce el aceite de oliva virgen Castillo de Canena tiene 1.500 ha y se encuentra en Úbeda (Jaén).

