

**Nombre: El Correo de Andalucía. es**  
**Tipo de Medio: prensa on line**  
**Fecha: 9 de diciembre de 2008**

**Periodicidad: Diaria**  
**Sección: Economía**

## Un aceite que vale un premio

Clara Campos



El mejor aceite del mundo se produce en Andalucía, pero el problema de la región está en la manera de comercializarlo. Rosa Vañó, de la empresa Castillo de Canena, ha salvado este obstáculo y ha creado una marca de referencia entre el oro líquido de alta gama, lo que le ha valido el título de Mujer Empresaria del Año.

Su familia lleva casi dos siglos y medio vinculada al mundo del olivar, pero ha sido gracias al esfuerzo de Rosa Vañó por crear una marca de referencia cuando Castillo de Canena se ha hecho con un nombre y una posición en el mercado del aceite de oliva virgen extra de alta gama. Este impulso a la firma y la apuesta por la introducción de la innovación en un negocio tan tradicional con el del oro líquido le han valido para alzarse con el reconocimiento de Mujer Empresaria del Año, que cada año concede la Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (Fedepes).

“Lo recibo con sorpresa y emoción, porque lo que se premia es un proyecto. Haberlo ganado por llevar la innovación a un negocio tradicional me llena de orgullo”, señala Rosa Vañó, que asegura que su experiencia en grandes multinacionales le ha ayudado a crear la marca. En su currículum aparece que ha desempeñado cargos de responsabilidad en distintas compañías, como Coca-Cola, en el puesto de directora de unidad de negocio. “Trabajar en estas empresas me ha servido de universidad laboral, pero quería aprovechar estos conocimientos para aplicarlos en un proyecto personal, que se basaba en idear una marca y superar la época de los graneles”, indica la empresaria.

Así, se puso al frente de la empresa familiar para superar “una asignatura pendiente”. “Tener aceites de alta gama, con premios, con cualidades específicas, era algo que había que hacer dentro de la empresa familiar”, asegura Vañó.

Asimismo, reconoce que la incorporación de la mujer a los puestos de responsabilidad de las compañías ha servido para aportar nuevas cualidades a los negocios. “Los hombres y las mujeres no somos iguales y hay valores que aportamos nosotras que son importantísimas para las empresas”, indica, entre los que destaca “el tesón, la paciencia, el aguante o la creatividad, aunque esto no significa que no haya hombres que no los tengan”, precisa.

En cuanto a la polémica actual sobre paralizar la venta de aceite de oliva para equilibrar la oferta y la demanda ante la caída de los precios, Vañó reconoce que “estamos pasando una campaña complicada porque las expectativas difieren de lo esperado”. Por ello, defiende que la Interprofesional del sector va a jugar un papel muy relevante “porque hay que crear mercado”. “Su trabajo será fundamental para salir del callejón sin salida en el que nos encontramos a través de hacer crecer la demanda, aunque es evidente que no es algo que se pueda hacer de hoy para mañana”.

Para Rosa Vañó, una cuestión fundamental es la salida al exterior y, subraya, está en contra de los que critican a los italianos por haber sido pioneros en este ámbito. “A ellos hay que agradecerles que hayan salido fuera y hayan dado a conocer el aceite de oliva en el resto del mundo. Ahora nos toca demostrar que la calidad es la nuestra, pero hay que hacerlo a través de marcas del país”, añade.

Ella predica con el ejemplo. Su marca, Castillo de Canena, se encuentra en 38 países, entre ellos, Brasil, Perú, Japón, Dinamarca, EEUU o Canadá. “Hay muchos aceites de oliva andaluces excelentes y oportunidades en el exterior hay para todos, pero hay que perder el miedo”, explica Rosa Vañó. Su afán de innovar le lleva a lanzar productos nuevos cada año, como el aceite elaborado a partir de mezclas. “Hay que dotar al producto de vanguardia, con el fin de crear expectación, así como divertimento, entre nuestros clientes”, sentencia Vañó.