



ENTREVISTA CON | FRANCISCO VAÑÓ, DIRECTOR GENERAL DE CASTILLO DE CANENA

“Trabajar previamente fuera de la firma familiar ayuda al éxito”

Tras dos décadas como ejecutivo de banca, dio un giro a su carrera. Junto a su hermana Rosa, experta en márketing, apostó por impulsar el negocio aceitero de su padre.

LEUZALDE, Madrid

El aceite de oliva virgen extra *Castillo de Canena* es el resultado de una apuesta personal de dos hermanos, Francisco y Rosa Vañó, que tras trabajar la mayor parte de su vida fuera del negocio de la familia, decidieron dar un giro radical a su carrera profesional para emprender un proyecto personal. “En un momento pensamos que había que dinamizar los activos de la familia”, explica Francisco Vañó, director general de *Castillo de Canena Olive Juice*, dueña de la marca de aceite con el mismo nombre.

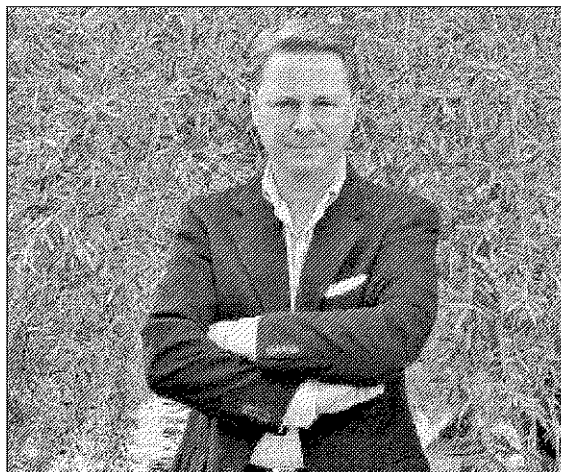
Para Francisco Vañó, que durante casi dos décadas se dedicó al mundo de la banca, su experiencia fuera de la empresa familiar ha sido una de las claves del éxito. “Es bueno formarse fuera y aportar cultura corporativa a este tipo de firmas”, apostilla. Otro de los factores que ha facilitado sacar adelante la empresa ha sido la dedicación plena al negocio. “Mi padre tenía un concepto patrimonial de los activos, pero nosotros nos la jugamos y decidimos involucrarnos de lleno en este proyecto”, añade Francisco Vañó.

Protocolo

Desde el inicio la empresa ha apostado por la firma de un protocolo familiar. Dentro de éste, se articula que para poder acceder a la empresa como empleado hay que “tener conocimientos demostrados. No puede entrar nadie por llamarse Vañó, debe formarse fuera y demostrar sus capacidades”, explica el director gerente de la aceitería.

Los hermanos Vañó decidieron también dividir sus competencias dentro de la empresa. “Tiene que haber una distribución de funciones para optimizar los recursos”, señala Francisco Vañó, que detalla que él se encarga de la parte productiva; mientras su hermana Rosa ha asumido la responsabilidad de márketing y comercial.

El origen de *Castillo de Canena* se remonta a Luis Vañó, el padre de Francisco y Rosa, que impulsó una concentración parcelaria hasta sumar alrededor de 270.000 hectáreas de olivar, que en un 95% corresponde a una plantación intensiva. La familia Vañó empezó a concentrar fincas porque entendió que era necesario contar con una masa crí-



Francisco Vañó dejó su carrera en el ámbito bancario para impulsar *Castillo de Canena Olive Juice*, especializada en aceite de oliva de alta calidad.

ca para poder mecanizar la producción. Luis Vañó también impulsó la construcción de una almazara, que se especializó en la venta a granel a terceros.

Castillo de Canena es la sociedad hóliding presidida por Luis Vañó y participada por sus tres hijos (Francisco, Rosa y Cristina, ésta última no está involucrada en la gestión porque vive en Amsterdam). La matriz engloba a Cortijo Guadiana (fincas), Cortijo de la

Cola España, donde ejerció como directora de producto. A principios de 2003, Rosa constató que había una oportunidad para una enseña de alta calidad ligada al concepto de aceite de pago. Los hermanos Vañó contaban con un elemento único, el castillo familiar.

Un año después, se presentó el aceite *Castillo de Canena Reserva Familiar*, cuya mouturación se realiza en una almazara pequeña de nueva cons-

Castillo de Canena. Con esta enseña, se producirán 40.000 litros de aceite virgen extra de las variedades Arbequina y Picual, la mitad de cada tipo. Tras el éxito el año anterior del aceite de oliva del primer día de cosecha, esta campaña se han envasado 10.000 botellas.

La empresa, que exporta a una treintena de países, entre los que destacan Estados Unidos y Reino Unido, tiene en mente diversificar la producción hacia nuevos aceites varietales.

Ambos hermanos han logrado lanzar en exclusiva un aceite de oliva virgen extra para Harrods, así como introducirse en la cadena Fortnum & Mason, referencia en productos *delicatessen* y proveedores de la Casa Real británica, y en Williams-Sonoma, la primera cadena *gourmet* estadounidense, con más de 250 tiendas.

En 2007, prevé alcanzar una facturación de 600.000 euros y un beneficio de 60.000 euros.

“Es importante que exista una distribución de funciones dentro de la empresa para optimizar los recursos”

Loma (almazara antigua) y tiene un 33% de *Castillo de Canena Olive Juice*, donde el resto del capital está en manos de Francisco y Rosa.

El aceite de oliva virgen extra con marca *Castillo de Canena* comenzó a gestarse con un estudio de mercado de Rosa Vañó, experta en márketing, tras nueve años en Coca-

trucción en las inmediaciones de la antigua (que sigue funcionando) y que ha requerido una inversión de 300.000 euros.

Para esta campaña 2007-2008, los olivos de la familia Vañó producirán casi 1.100 toneladas de aceite de oliva, aunque sólo una pequeña parte se envasará con la marca