

# Rosa Vañó

Directora  
de Castillo de Canena

## "Nos sentimos embajadores del aceite de oliva andaluz de calidad"



De izq. a dcha.,  
Francisco, Rosa y Luis Vañó

El avión y el teléfono móvil se han convertido en compañeros inseparables de viaje de Rosa Vañó. Como responsable comercial de la empresa Castillo de Canena Olive Juice S.L., Rosa Vañó —a la que acompañan en esta apasionante singladura empresarial su hermano Francisco y su padre Luis— ha recorrido en estos últimos años medio mundo, desde Estados Unidos hasta Dubai, para mostrar los excelentes aceites de oliva virgen extra que nacen en la finca de Conde del Guadiana, a orillas del Guadiana menor. En poco tiempo, gracias a productos de gran calidad como su Primer Día de Cosecha Reserva Familiar— Castillo de Canena del que se elaboraron 6.000 botellas — ha logrado ser el embajador del aceite de oliva andaluz de alta gama en muchas cadenas de supermercados internacionales. "El éxito de nuestro Primer Día de Cosecha ha sido extraordinario —asegura Rosa Vañó. Tanto por su presentación como por la calidad del producto, que se elabora de forma muy diferente. Cuando vendemos nuestros aceites de oliva virgen extra en el extranjero siempre tratamos de dar argumentos sólidos para diferenciar un aceite de alta gama de uno normal, tanto organolépticamente como en cata o en su color".

En los últimos meses, Castillo de Canena ha logrado llegar con sus productos a lugares tan emblemáticos como los almacenes Harrods en Londres, para convertirse en los abanderados de los aceites andaluces, hasta Hong Kong e incluso a Rusia mediante un acuerdo con un gran distribuidor de la zona. Para los próximos meses, la empresa no para de innovar y preparar nuevos lan-



zamientos comerciales, siempre con el aceite de oliva virgen extra embotellado como principal protagonista.

Habrán novedades en el Primer Día de Campaña del año 2007 y sobre todo, a partir del mes de marzo, con el lanzamiento de un innovador aceite de oliva. La empresa también sigue apostando por nuevas variedades. "Seguimos manteniendo nuestros cinco pilares —asegura Rosa Vañó: calidad e imagen; servicio al cliente; premios y presentaciones proactivas; innovación y por último, un compromiso con el desarrollo sostenible, tanto con cultivo integrado de olivar como con las energías renovables en biomasa o huertas solares".

La empresa ha visto con agrado como lo que en principio era una estrategia orientada sobre todo a la exportación ha encontrado una gran acogida en España. "Casi la mitad de lo que cosechamos se queda en el mercado español. Un ejemplo ha sido el aceite del Primer Día de Cosecha del que casi no hemos podido exportar nada por la gran demanda en España. Las nuevas tiendas, los restauradores que hacen un gran labor didáctica, las degustaciones y catas y un mayor conocimiento en general nos están ayudando mucho".