

Este panorama se explica por la caída en la producción a nivel mundial

Aceites de oliva: precios al alza y menor presencia en el comercio

Si bien el factor precio puede desincentivar la compra, las propiedades saludables de este producto resultan muy atractivas para los consumidores y ayudan a que no opten por otras variedades.

CIRO COLOMBARA C.

Variaciones tanto al alza como a la baja. Eso es lo que ha caracterizado a la producción nacional de aceites de oliva durante los últimos años, de acuerdo con los datos que entregan en ChileOлива. En 2020 alcanzó las 22.500 toneladas, subiendo a 25.500 el 2021, bajando luego a 16.500 en 2022 y finalmente dando un salto hasta las 21.000 toneladas el año pasado. Las cifras las pone en contexto Gabriela Moglia, gerente general de esta asociación, al decir que "en el 2021 se observó una producción histórica debido a los manejos productivos y a las mejores condiciones climáticas. La baja del 2022 se explica, en tanto, principalmente por la restricción hídrica que provoca pérdidas de rendimiento y por el 'añerismo' en huertos que venían con producciones históricas del año anterior".

La ejecutiva dice que, a nivel de consumo, los aceites de oliva son muy valorados por las personas por diversos motivos. "Uno de ellos son características como el aroma fresco y her-



RICHARD ULLOA

“Frente al alza de precios, se están prefiriendo los formatos de mayor volumen”

”
Andrés Arrieta
Las Piedras

báceo del aceite extra virgen, además de los toques de amargor y picor que se perciben en boca. A la vez, son apreciados por todos los beneficios a la salud que poseen, como por ejemplo su alto porcentaje de ácidos grasos monoinsaturados que ayudan a aumentar el colesterol bueno (HDL) y disminuir el colesterol malo. A esto se suman sus propiedades en la cocina, como ser el aceite más adecuado para freír -por su alto porcentaje de ácido oleico- lo

que hace que resista mejor temperaturas de hasta 200 grados”.

Andrés Arrieta, socio fundador de Tasty'N'Box -compañía que el año 2022 compró la marca Las Piedras-, apela también a lo saludable, explicando que "el jugo de la aceituna es un producto 100% natural, que no pasa por ningún proceso químico o de refinación. Eso convierte al aceite de oliva en una fuente de nutrientes y beneficios para la salud por sobre cualquier otra materia grasa. Otra tendencia que vemos es que el consumidor está prefiriendo formatos convenientes de mayor volumen, como una respuesta a las alzas de precio en la categoría”.

¿Qué razones explican dichas alzas?

“España, que es el principal productor a nivel mundial, ha traído a raíz del cambio climático, sucesivas mermas en su oferta y producción. Dicha escasez, sumado a la mayor demanda, ha incrementado el valor del aceite a precios históricos jamás vistos. Lo anterior ha hecho atractivo a los productores vender a granel a mercados internacionales como EE.UU. o Brasil, que concentran el mercado junto con Canadá y Japón. Como los principales productores nacionales vieron un merca-

Pasa a la pág. 8



MARICIA GUERRERO

Aceites de oliva: precios al alza y menor...

Viene de la pág. 6

do más llamativo fuera del país, la disponibilidad local es cada vez más escasa. Hay que decir que sobre un 80% de la producción nacional se exporta, por eso hoy en góndola podemos ver una oferta más limitada".

José Manuel Reyes, gerente comercial de la marca Alonso, señala que lo que se ve hoy en las góndolas de supermercado son aceites importados a un alto valor y muy poca oferta de aceites nacionales. "Ese es el resultado de lo que estamos viviendo como industria, en donde hay un alto incentivo a exportar a precio granel por sobre el embotellado. Es por ello que ha disminuido la oferta, impactando muy fuerte en el precio de los aceites disponibles en el mercado".

Patricio Canessa, product manager de salsas, compotas y aceites de Carozzi, comenta que, "dado el contexto internacional de una escasez de materias primas que dejó la última cosecha en España, las exportaciones de aceite de oliva han crecido. Eso se ha traducido en Chile en una menor disponibilidad en el punto de venta y mayores precios promedio debido

“El aceite de oliva esta súper arraigado en la cocina chilena”

Patricio Canessa
Trattoria

a la menor producción a nivel mundial. Estamos hablando de un producto que, por ser de origen natural, está muy expuesto al cambio climático, teniendo años de mayor y menor oferta".

¿Existe el riesgo de que, frente a esta situación, los consumidores busquen otras variedades de aceite?

"No es algo que veamos como un riesgo, sino más bien como ciclos del mercado que dan la opción a que las personas puedan probar nuevos productos. Sin embargo, sabemos que el aceite de oliva esta súper arraigado en la cocina chilena y, una vez normalizado la disponibilidad interna, todo volverá a la normalidad".

Los preferidos

En Carozzi, compañía que maneja la marca Trattoria, dicen que en los últimos años los consumidores han ido aprendiendo y conociendo el abanico de sabores de los aceites de oliva. "Por ello, se han abierto a distintas opciones de sabor e intensidad. No obstante, a nivel de gustos, lo que predomina es el frutado suave".

Esta opinión la complementa Gabriela Moglia, de ChileOliva (<https://acortar.link/zlaWhj>), remarcando en primer lugar que la mayoría de las personas prefieren aceites suaves, con un amargor y picor leve, pero además que sean aromáticos, frescos y herbáceos. "A la vez, existe un segmento de consumidores que prefiere aceites más intensos, pero intensos en los atributos positivos del

aceite, es decir frutado, amargor y picor.

La intensidad no tiene que ver con que huelan a aceituna de mesa, eso es un defecto en el aceite de oliva".

Por su parte, Andrés Arrieta explica que, en el caso de quienes conocen de aceites de oliva extra virgen, la

preferencia apunta a aceites que tengan un frutado medio. "Es decir, que traigan a la nariz aromas verdes y que tengan un gusto en boca con un toque picante y un balance de amargor que, al mezclarlo con los alimentos, permiten realzar el sabor de las preparaciones".

¿Cuántos productos conforman su catálogo?

"Tenemos blend de variedades, principalmente Arbequina-Picual y Arbosana. Todos ellos están disponibles en nuestros formatos Bag in Box y Pet, des-

de los 3, 5 hasta los 20 litros.

Atendemos distintos segmentos de mercado, como food service e industrial y llegamos a consumidor final a través de nuestra web www.laspiedras.cl (<https://acortar.link/fMYs6J>). En la actualidad, como respuesta a las alzas de precio, los clientes prefieren formatos convenientes de mayor volumen ya que les permiten un mayor ahorro precio-litro. Debido a lo anterior, vemos que los formatos que hoy usa el canal Horeca están entrando a la despensa familiar. Y aquí, nuestro formato Bag in Box es una excelente alternativa que permite además conservar el aceite de mejor forma y que perdure más que formatos como el bidón".

En el caso de Trattoria, cuentan con un solo aceite de oliva, en tres formatos: 250 cc., 500 cc. y un litro. "Entre las características destacan su calidad extra virgen, el ser fresco y con un muy bajo nivel de acidez, lo que



ELISA VERDEJO

garantiza un producto del mejor nivel en la categoría frutado medio", dice Patricio Canessa. El ejecutivo agrega que esta marca se distingue por tener un aceite de oliva nacional de excelente calidad. "Ofrecemos al mercado una opción armoniosa que combina aroma, sabor, color y calidad nutricional, resultado de un proceso cuidadoso desde la cosecha de las aceitunas hasta el embotellado final. Como respaldo de esto, el 2023 recibimos una medalla de oro como uno de los mejores aceites de oliva en el concurso internacional de Nueva York (NYIOCC)".

La marca Alonso ofrece ocho

monovarietales y una amplia variedad de blends como el tradicional y mediterráneo. "Ahora, nuestro blend icono es Alonso Obsession, elaborado con las primeras olivas de la cosecha y principalmente con variedades italianas. Nuestro último lanzamiento, en tanto, fue el Cuartel 64, elaborado con nuestra variedad Coratina, premiada mundialmente y reconocida por sus altas propiedades para la salud. De esta manera podemos ofrecer a nuestros consumidores diferentes intensidades y aromas, ajustándonos a todos los gustos y exigencias", detalla José Manuel Reyes.



“Las personas prefieren aceites de oliva suaves”

Gabriela Moglia
ChileOliva