

Se trata de Icono By More, elaborado con la variedad Frantoio, de origen italiano

Aceite de oliva de Caldera es top en ventas en el principal ecommerce japonés

MELISSA FORNO

Que un aceite de oliva chileno, producido en Caldera, Región de Atacama, llegue a Japón, es digno de destacar. Pero que ese aceite sea el segundo más vendido en Rakuten, la plataforma de ecommerce más importante de Japón, no solo es meritorio, sino inédito. Esa es la gracia que hizo Icono By More, elaborado por la empresa More Chile, producido en el campo María Isabel, en Caldera, Región de Atacama.

En octubre el producto fue lanzado en Reino Unido, mercado que se sumó a Australia, Estados Unidos, Corea del Sur, Japón y Taiwán.

"Tiene más de 12 medallas y el año pasado nos otorgaron el premio por ser el segundo más vendido en la plataforma nipona Rakuten, que tiene más de 100 millones de usuarios activos. Ha estado presente en Japón desde el año 2013", explica Gisselle Bracamonte, directora ejecutiva de More Chile.

El Icono está elaborado 100% con la va-

"Cosechamos cuando la fruta está en verde, lo que disminuye su acidez", dice Gisselle Bracamonte, de More Chile.

riedad de oliva Frantoio, de origen italiano. Bracamonte explica que tanto las olivas para producir Icono, como las que se usan para elaborar Alma By More, otro aceite de la empresa, son recolectadas en una etapa temprana. "Cosechamos cuando la fruta está en verde, lo que disminuye su acidez", aclara.

Al aceite Alma By More tampoco le ha ido mal. En junio pasado obtuvo las medallas de oro y de diamante en el Tokio International Extra Olive Oil Competition, al mejor aceite de oliva del hemisferio sur.

"Alma By More es un aceite muy fuerte, por eso es difícil que esté en Chile por ahora.

Está elaborado con la variedad de oliva Arauco, de origen español, por lo que es amargo y picante en forma equilibrada, pero sigue siendo muy intenso para Chile", detalla.

Anualmente, la empresa produce entre 500 y 600 toneladas, de las cuales el 80% son exportadas a Asia.

Su relación con Japón comenzó cuando recibieron a un experto nipón, en 2013, gracias a un vínculo con ProChile. "Tradicionalmente, los japoneses han consumido mucho los aceites de oliva italianos, pero hoy Europa está con problemas de producción, principalmente por motivos de cambio climático", cuenta Bracamonte.

Un rol clave en la internacionalización lo tuvo ProChile, señala.

"Hemos apoyado por años la promoción internacional de nuestro aceite de oliva que posee características organolépticas excepcionales. En el caso del aceite More, así como de otras empresas, los hemos respaldado en su trabajo de internacionalización con inteligencia de mercados claves a través

Gisselle Bracamonte con su aceite.



CEDICA

de nuestra red de más de 50 oficinas comerciales en el mundo, sumado a la realización de misiones comerciales, ruedas de negocios, fondos concursables, participación en Enexpro y este año en Expo Osaka en Japón. En octubre, More, con apoyo de ProChile, hizo una cata en Londres, y se transformó en el primer aceite de oliva extra-virgen chileno en Reino Unido", señala Lorena Sepúlveda, directora nacional de ProChile. En 2024 Chile exportó US\$129 millones en aceite de oliva y a septiembre de este año los envíos totalizan US\$53 millones.