

Fecha: 25-01-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: Con 130 años de historia, 22% de las ventas de los Traverso son exportaciones

Pág.: 4
Cm2: 440,5
VPE: \$ 5.786.143

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Con 130 años de historia, 22% de las ventas de los Traverso son exportaciones



Bartolomé Traverso Gorsiglia, inmigrante italiano que fundó la empresa en 1896, partió con licores un negocio familiar que evolucionó al sucedáneo de limón, los vinagres y las salsas. Con foco en sumar nuevos productos y crecer en exportaciones, hoy se sumó la cuarta generación. • **SERGIO BAQUEDANO GOYA**

Aliñar ensaladas, marinar carnes o incluso aliviar el dolor de garganta. El jugo de limón funciona para estos y otros usos, y ha sido clave en el negocio de Traverso. Durante el siglo XX, se popularizó un nuevo formato que revolucionó el mercado: el sucedáneo de limón. Su gran versatilidad lo transformó en un producto esencial en la gastronomía mundial y su expansión en Chile vino de la mano de la familia Traverso, que fue de las primeras en producir masivamente este producto, logrando situarse como uno de los referentes en el mercado de los limones hasta el día de hoy.

También potenciaron el mercado del vinagre. Con una gran diversidad de utilidades, ya sean gastronómicas, de conservación de alimentos o incluso relacionadas con la salud, el vinagre ocupa un lugar importante en la empresa.

Pero la familia comenzó su negocio en un rubro muy distinto. En 1896, Bartolomé Traverso Gorsiglia llegó a Viña del Mar desde Italia para fundar una fábrica de licores que vendía productos como el vermut, el licor de cereza, menta o el anís. Con el cambio en las tendencias del consumo de alcohol, empezaron a llegar otros productos importados al país, como la cerveza, dejando “fuera de moda” al negocio de los Traverso.



Renato Traverso junto a su hija Loretta, ambos trabajan hoy en la empresa familiar.

Entonces la empresa tuvo que buscar nuevos mercados. Ahí decidieron emprender en la producción del sucedáneo de limón y los vinagres. “Todo el tema de los vinagres y limones empezó a tomar mucha relevancia. Hoy son el corazón de nuestro negocio”, dice la directora comercial Loretta Traverso Guzmán, bisnieta del fundador y miembro de la cuarta generación de la familia. Su padre, Renato Traverso Marsili, es el único de cuatro hermanos Traverso Marsili que hoy trabaja en la compañía, los demás se dedi-

can a otros rubros, ligados a la publicidad y la computación. Comenzó mientras estudiaba en la universidad con su padre Raúl Traverso Pascualetti y hoy, además, forma parte del directorio y está involucrado en la gestión que amplió la marca a nuevas gamas de producto.

Loretta, al igual que su padre, es la única de sus hermanos que trabaja en Traverso. Se unió en 2022, luego de trabajar cinco años para la cadena de maquillaje y cosmética DBS, fundada por Domini-que Rosenberg y que hoy es

parte de Salcobrand. “Quería tener experiencia y en el fondo tener mis propias credenciales. No valirme por haber trabajado solo en la empresa familiar, sino que por haber trabajado en el mercado”, explica Loretta.

Plantas en San Bernardo y La Cisterna

Con más de 130.000 toneladas procesadas anualmente en todos sus productos, “Traverso se posiciona como uno de los actores más relevantes de la industria alimenticia nacional”, asegura Loretta.

Hoy la compañía cuenta con dos plantas productivas –en San Bernardo y La Cisterna–, más un centro de distribución también en San Bernardo, y unos 250 empleados en total. Actualmente utilizan cerca del 50% del potencial instalado, que demandó una alta inversión en tecnología, por lo que pueden apostar por crecer.

De hecho, además de su presencia en cadenas y pequeños comercios en el país, también exportan sus productos a diferentes países de Latinoamérica, como Perú, Bolivia y Ecuador, entre otros. Las exportaciones representan el 22% de sus ventas totales, aseguran. En los envíos, el vinagre es el principal producto, que se ocupa como preservante natural. “Es un producto muy noble, se utiliza como preservante en algunos alimentos, entonces les vendemos a algunas industrias que lo incorporan, por ejemplo, en la mayonesa u otros productos”, dice Loretta Traverso.

“De forma intangible se transmite ese cariño de ge-