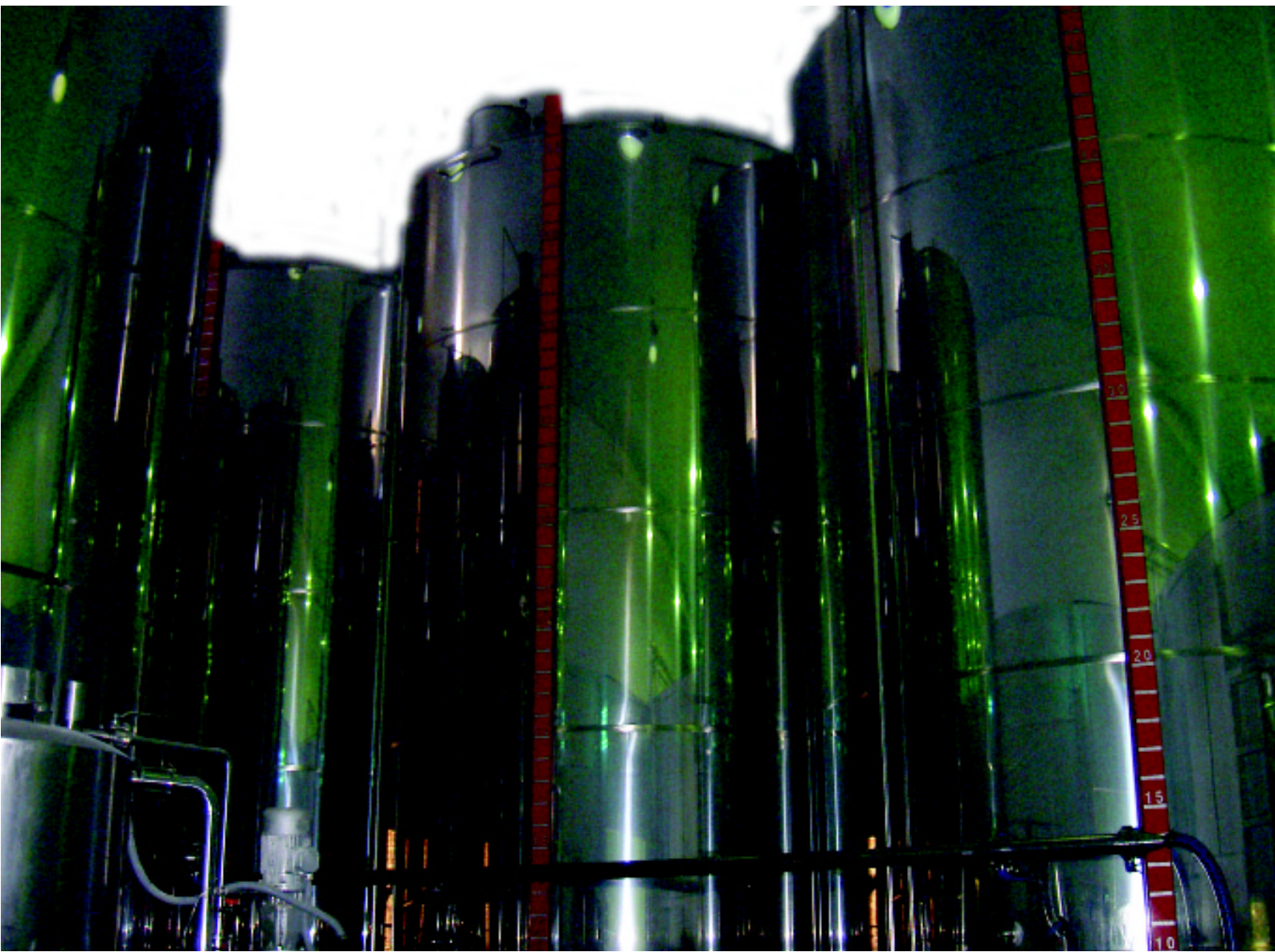


FELIPE SILVELA, SOCIO, SECRETARIO DEL CONSEJO Y DIRECTOR DE DESARROLLO CORPORATIVO Y COMUNICACIÓN DE ARTEOLIVA

Arteoliva apuesta por envasar el aceite de oliva virgen extra en brik

Arteoliva es una empresa del sector de la alimentación con sede en Palma del Río (Córdoba) que envasa y distribuye productos de gran calidad representativos de lo que hoy conocemos como dieta mediterránea. Esta empresa investiga e innova en un sector tan maduro como el sector oleícola buscando la mejor tecnología de envasado disponible, en función de las exigencias físico-químicas y organolépticas de cada alimento, para garantizar sus propiedades nutricionales hasta su consumo.





RAQUEL MARTÍN LÓPEZ-SOLDADO

Rmartin@santelmo.org

Esta empresa radicada en Córdoba, plantea a través de la innovación tecnológica, tanto en la elaboración del producto, como en el envasado, una auténtica revolución en un mercado tan maduro como el oleícola.

Según Felipe Silvela, socio, secretario de Consejo y director de Desarrollo Corporativo y Comunicación de Arteoliva, además de antiguo alumno del IESE, el aceite de oliva pierde gran parte de sus propiedades y valores nutricionales, al ser comercializados en envases inadecuados.

El aceite de oliva virgen extra contiene abundante vitamina E. Esta vitamina es un antioxidante natural que retrasa el envejecimiento celular y la formación de placas de ateroma en el interior de los vasos sanguíneos. Pero, según Silvela, científicamente está demostrado que esta vitamina es fotosensible y se destruye aceleradamente (en aproximadamente 30 días) si el aceite se expone a la luz y el aire.

Conscientes de este problema, desde 1998 Arteoliva apuesta por un tipo de envase que guarde el producto de sus dos enemigos, comercializando aceites de primera calidad en envases de brik, para que mantengan las mismas cualidades que en origen. Para Silvela, el brik aísla el aceite 100% con-

servando así todas sus cualidades naturales.

Productos

Pero no solamente comercializa aceites de oliva de primera calidad. Entre su gama de productos podemos encontrar salsas y aceitunas con las que pretenden conquistar los mercados de exportación. Para ello, Arteoliva analiza permanentemente las necesidades de los consumidores, manteniendo un continuo proceso de innovación tecnológica que les permita elaborar productos que no comprometan la seguridad alimentaria, adecuándolos a los gustos y cultura de los países donde los comercializan.

Entre su gama de productos destaca el aceite de oliva virgen extra, virgen y refinado, distintas salsas (mayonesa, Ali-oli, salsa cocktail, de queso, Ketchup, sofrito de tomate, etc.) y distintos tipos de aceitunas (negras, verdes, deshuesadas, rellenas de anchoa, almendra, salmón, bacon, atún, limón, etc.), todos ellos envasados en brik.

Según Felipe Silvela, "El rigor en la selección de materias primas, la innovación tecnológica aplicada a la elaboración y conservación de los alimentos, el lanzamiento de nuevos productos de alto valor añadido como resulta-

do de la investigación científica, así como la apuesta por una gama de productos ecológicos, son algunas de las claves que definen la estrategia de Arteoliva".

Productos ecológicos

Bajo la denominación BIO, denominación que otorga la UE a los productos ecológicos, Arteoliva desarrolla y comercializa distintos productos como salsas o aceites de oliva virgen extra, de producción completamente ecológica. Esta apuesta por los productos "BIO" completa su preocupación y respeto por el medio ambiente, al tiempo que ofrece a los consumidores una gama de productos naturales y saludables, en un mercado que en la actualidad se encuentra en crecimiento.

Instalaciones

Las instalaciones de la fábrica situada en Palma del Río (Córdoba) cuenta con una superficie de 14.000 m², dotadas con las últimas tecnologías de elaboración y envasado del sector. Dispone de cuatro líneas de envasado, y de distintos depósitos de acero inoxidable inertizados con atmósfera de nitrógeno, para evitar el contacto del aceite con el oxígeno y evitar así su oxidación.

Además poseen instalaciones pro-



pias para la elaboración de salsas y otros productos de alimentación que incorporan la más innovadora tecnología, así como cámaras y almacenes para materias primas y productos terminados.

De esta forma, Arteoliva presenta sus productos en una extensa gama de productos y tamaños envasados en brik, diseñados para cubrir las necesidades de consumo tanto en lo hogares, como el de los profesionales del sector de la restauración y la industria alimentaria.

Nuevos mercados

Arteoliva pretende potenciar al máximo el proceso de internacionalización de las empresas del sector agroalimentario, tratando de promocionar un alimento saludable como es el aceite de oliva virgen extra, bajo marca propia en toda la comunidad internacional.

España es el primer productor de aceite de oliva virgen extra, triplicando la producción italiana, sin embargo, es Italia el primer comercializador de este producto a nivel internacional. Los italianos compran el producto a las cooperativas españolas a granel, para después envasarlo y comercializarlo con marca propia.

En este sentido, Felipe Silvela, comenta "el sector productivo no se ha interesado por la exportación del aceite envasado y comercializado a través de marcas de prestigio, en beneficio de las exportaciones a granel, principalmente a Italia. La apuesta de los

comercializadores italianos es presentar el aceite en envases muy atractivos de manera que el consumidor identifique el concepto calidad real con el diseño del envase. Las pocas empresas españolas que se han atrevido a exportar aceite envasado con marca, imitan los diseños italianos. Arteoliva pretende sustituir este concepto, y esto implica la necesidad de cambiar hacia una tecnología de envasado que respete las características físico-químicas del producto".

Desde el año 2000, en el que Arteoliva comienza a exportar sus productos (inicialmente aceitunas), hasta la actualidad, el incremento de sus ventas en mercados extranjeros ha sido notable, llegando a ser alrededor del 60% de su facturación en 2004. Actualmente, Arteoliva esta presente con distintos productos en más de 56 países, entre los que se encuentra, Japón, EE.UU., Rusia, Francia, Alemania, Reino Unido, Arabia, Kuwait, etc.

Para Felipe Silvela, "España debe salir a competir en los mercados en igualdad y sin complejos, pero no limitándose a copiar a los italianos en cuanto al diseño de los productos, sino innovando. Esta claro que España sabe producir aceite de primera calidad, pero el futuro realmente está en su comercialización como marca y no en su venta a granel".

Los tipos de aceite

Según la gran mayoría de los expertos en el Sector Agroalimentario, el

consumidor actual está cada vez más preocupado por los alimentos que consume y busca en mayor medida productos sanos y de calidad. A pesar de esta tendencia generalizada en todo el mundo, alrededor del 80% del consumo interno de aceite de oliva en España, es de aceite refinado o puro, es decir, el tratado con productos químicos para hacerlo apto para el consumo. Tan sólo entre el 15% y el 20% del consumo interno son aceites vírgenes extras y vírgenes (ambos se extraen del zumo de la oliva).

En Italia, en cambio, el consumo interno es a la inversa, obteniendo una cuota de mercado de cerca del 85% los aceites vírgenes extras, es decir, aquellos con menor acidez.

En este sentido Silvela afirma: "ya hemos demostrado que sabemos producir aceites de primera calidad, ahora tenemos que demostrar que sabemos comercializarlos y transmitir al consumidor las características reales de los distintos tipo de aceite".

España debe salir a competir en los mercados internacionales en igualdad y sin complejos.