

En Brasil

Salmón chileno

# consolidada

su presencia y sabor

EXPERTOS EN EL MERCADO BRASILEÑO SOSTIENEN QUE DICHO PAÍS ES UN TERRITORIO AMPLIO Y DIVERSO. Y DENTRO DE ESTAS CARACTERÍSTICAS ES CADA VEZ MÁS HABITUAL ENCONTRAR UN NICHOS DE CONSUMIDORES QUE PREFIEREN Y VALORAN LOS ATRIBUTOS DEL PRODUCTO CHILENO.

**D**entro de las características que tiene el consumidor de salmón chileno en Brasil, tenemos a personas del segmento joven sub-30, profesionales recién egresados de la universidad; gente que ha podido salir del país y conocer otros lugares del mundo; un consumidor informado, consciente y preocupado del cambio climático. Ese perfil definitivamente está presente y es cada vez más importante.

Sin embargo, los representantes del salmón chileno en Brasil afirman que esos atributos impactan en el precio y que, desde ese punto de vista, el desafío es equilibrar ambos factores para que toda la oferta presente en el mercado sea reconocible por su trazabilidad y sustentabilidad.

Es así como la gerente de Marca Salmón de Chile en Brasil, Melanie Whatmore, detalla cuáles son las principales especies y formatos de productos del mar chileno que se han destacado en el mercado de Brasil en el último año.

"En Brasil, el salmón chileno que se exporta mayormente es la especie Atlántico y en formato fresco (este primer se-

mestre 2023, el 97% del salmón Atlántico vendido en Brasil fue fresco). El año 2022 el 95% de las exportaciones fueron de salmón Atlántico. Pero este primer semestre 2023, se ha visto una tendencia al aumento de la exportación de la especie salmón coho, que alcanzó un 10% en ese período", añade Whatmore.

La ejecutiva agrega que la mayor parte de las exportaciones de salmón se da en el formato de pescado entero, considerando que alrededor de 70% de la venta de salmón se realiza en el canal de restaurantes, donde el pescado entero es procesado por el chef para generar las preparaciones. "Pero a nivel del *retail*—supermercados— lo que finalmente más compran los consumidores son porciones y filetes de salmón. Ya sea a través de las marcas propias, de importadores o a través de las bandejas que los mismos supermercados ofrecen", detalla.

#### MAYOR CONSUMO Y RECETAS EN CASA

Respecto de cuáles son las preferencias de los brasileños, la gerente de Marca Salmón de Chile en Brasil afirma que "hemos visto por parte de las consumidoras finales una preferencia por la compra de salmón fresco y una alta valoración del atributo 'frescura' asociado a calidad y a un producto saludable. Pero a la vez, hay una alta valoración de la comodidad y practicidad de los formatos congelados que permiten una compra planificada y más racional donde la con-



Salmón chileno en supermercado carioca.

**Un consumidor informado, consciente y preocupado del cambio climático.**

sumidora compra para el menú semanal o para las próximas dos semanas y guarda para tener opciones de preparaciones en ese período. Ellas reconocen que la calidad es la misma y les entrega el beneficio de lo práctico”.

Melanie Whatmore recuerda que, desde sus inicios hace 40 años -que se cumplió justamente este año-, las exportaciones de salmón chileno se enfocaron en el canal de restaurantes y hoy se estima que alrededor del 70% de la venta se da en este canal. Pero el canal de supermercados ha ido creciendo en importancia en la medida en que ha habido un aumento en la demanda y en el consumo de salmón chileno.

“En los años de pandemia la categoría general de alimentos creció un 30% en supermercados. Y a nivel de hábitos de consumo, estudios realizados este año en consumidores finales nos indican que ha habido un cambio importante en dos hábitos de consumo claves; una mayor preparación de alimentos en casa (versus comer afuera) y un aumento en la motivación de buscar alimentos más saludables para preparar en casa. Y en este sentido, el salmón es valorado como una proteína rica, nutritiva, saludable y del gusto de toda la familia. Los consumidores habituales de salmón lo consumen con una frecuencia de una vez a la semana y ya lo saben preparar de forma simple y de una manera que le guste a toda la familia”, acota.

En consumidores potenciales de salmón, es decir en aquellos que lo consumen con menos frecuencia, lo que se ve es una valoración muy positiva del salmón en cuanto a

considerarlo una preparación rica, saludable, nutritiva y que se puede preparar de muchas maneras pero donde la preferencia es a consumirlo en restaurants más que en casa.

En cuanto a si el *e-commerce* y el entorno virtual ha influenciado el mercado de salmón y si se ha visto un incremento en los pedidos *online*, Melanie Whatmore afirma que “la venta de salmón por *e-commerce* ha aumentado exponencialmente a través de la venta de *delivery* de comida japonesa y sushi, en todos los formatos. Ya sea *Dark Kitchen* o directamente desde el restaurante”.

**INCREMENTO EN EXPORTACIONES**

Las exportaciones de salmón de Chile a Brasil cumplen 40 años este año. Y Brasil es el tercer destino para la industria salmonicultora chilena y el segundo más importante si solo tomamos en cuenta a la especie salmón Atlántico. Es un mercado muy relevante para la industria nacional en términos de crecimiento, y junto con incorporar el salmón a los hábitos de los consumidores brasileños y de haber construido una marca en forma asociativa, hoy ya cumple doce años de campaña en este mercado.

“Las exportaciones de salmón chileno a Brasil alcanzaron las 100.821 toneladas netas el 2022, con un crecimiento de 49% en los últimos diez años. En cuanto al valor exportado, las cifras alcanzadas el 2022 fueron de US\$804 millones, que ya superan con creces los niveles prepandemia. Año en

Fotografía: Prochile en Brasil

## CIFRAS DEL MERCADO Y/O SECTOR

### CUADRO 1

- Brasil es el cuarto destino a nivel global para nuestras exportaciones no cobre no litio detrás de Estados Unidos, China y Japón.
- Las exportaciones de pesca y acuicultura acumuladas entre enero y agosto del año 2023 fueron de US\$6.186 millones, un 8% más que el año anterior.
- Los subsectores que han tenido un mejor rendimiento son Salmón y trucha (US\$4.347 millones, +2,9%), Harina de pescado y crustáceos (US\$360 millones, +33,2%), Aceites de pescado (US\$346 millones, +93,0%), Jurel (US\$310 millones, +9,5%), Mejillones (Cholgas, choritos y choros) (US\$224 millones, +15,9%) y Algas (US\$128 millones, +10,7%). El mercado de Brasil tuvo el rendimiento más destacado con exportaciones por US\$584 millones, lo que significa un +2,4% más que el año anterior, debido al crecimiento en Salmón y trucha (US\$563 millones, +1,8%), Aceite de pescado (US\$13 millones, +31,6%) y Harinas de pescado y crustáceo (US\$2 millones, +31,8%). Brasil representa el 9,4% del total de los envíos de este sector.

\*Fuente ProChile.

el que las exportaciones de salmón de Chile sufrieron una baja importante de 32%", recuerda Whatmore.

En estos últimos doce años, la industria en conjunto y con el apoyo de ProChile, ha posicionado la marca Salmón de Chile en la mente del consumidor brasileño a través de su campaña que hoy cuenta con una activación 100% digital; con comunicación en sitios *Web*, *Apps*, a través de influencers, buscadores, redes sociales y el toque presencial con un apoyo en supermercados y restaurantes.

"El salmón chileno es el pescado de mayor importación en Brasil, y el consumidor brasileño lo ha ido incorporando a sus compras semanales y a su dieta por su sabor y sus propiedades nutritivas. Estas van desde ser una fuente natural importante de Omega 3, como también de vitaminas (B3, B6, B12, D), potasio y selenio. Dentro de los principales beneficios para la salud que se pueden mencionar son que ayuda a mantener la salud cardiovascular, reduce el riesgo de cardiopatías coronarias, favorece el funcionamiento y el desarrollo cerebral de los niños y está relacionado a la prevención de enfermedades psiquiátricas, prevenir la inflamación y reducir el riesgo de artritis", enfatiza la gerente de Marca Salmón de Chile en Brasil.

"Los principales atributos de Salmón de Chile es que es una proteína nutritiva, saludable, rica, versátil (se puede preparar de muchas formas), para toda la familia ¡a los niños les gusta! y viene del sur de Chile donde los océanos ofrecen las mejores condiciones para el salmón chileno", apunta Whatmore.

### PARTICIPACIÓN DESTACADA

Sobre el posicionamiento del producto chileno en el mercado, el director comercial de ProChile en Brasil, Hugo Corales, remarca que el principal producto de exportación perteneciente a este sector es el salmón y la trucha. "Chile es el principal proveedor dentro de esta categoría aquí en Brasil y su posicionamiento obedece a una estrategia público-privada, de largo plazo y en la que ha participado activamente la marca sectorial Salmón de Chile y diferentes empresas nacionales que han creído en este mercado y han podido comprobar el inmenso potencial que tiene su oferta en este país".

"El salmón chileno se destaca y es conocido por su calidad, origen y sabor. Estos atributos han captado el interés y la confianza del consumidor brasileño y es esa confianza y credibilidad la que actualmente nos permite gozar de la amplia preferencia dentro de este gran mercado. Efectivamente, aprovechando esta preferencia y usando al salmón como punta de lanza, actualmente es habitual encontrar otros productos como merluza, centolla, choritos, congrio y jibia", añade Hugo Corales.

Todo este trabajo es complementado con diferentes misiones comerciales, acciones de promoción. Recientemente,

Mayor participación en el retail



Fotografía: Salmón de Chile.

Fecha: 23-10-2023  
 Medio: Revista Aqua  
 Supl.: Revista Aqua  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Salmón chileno consolida su presencia y sabor**

Pág.: 17  
 Cm2: 292,3  
 VPE: \$ 632.752

Tiraje:  
 Lectoría:  
 Favorabilidad:

3.000  
 Sin Datos  
 No Definida

por ejemplo, estuvieron en Recife y Río de Janeiro a bordo del Buque Escuela Esmeralda promocionando el salmón de Chile y también a través de la participación en ferias específicas como la Seafood Latin Show que se realiza año a año en Sao Paulo.

“El año 2022 estuvimos junto a una delegación de empresas de Biobío, oportunidad en la cual participaron cuatro exportadoras chilenas de productos del mar que realizaron más de 20 reuniones con compradores con excelentes negocios”, añade el director comercial de ProChile en Brasil.

Brasil es un mercado muy amplio y diverso donde es posible encontrar nichos para los diferentes productos más allá del canal Horeca donde este producto es un éxito. En el caso del salmón, por ejemplo, y aprovechando las cualidades de este producto, su aporte nutricional y también la preocupación por la salud y el bienestar físico de los consumidores, es posible encontrar compradores de filetes enteros con y sin piel. Pero también cada vez es más frecuente reconocer e identificar a compradores de productos más fáciles de consumir, *ready to eat*, en presentaciones como láminas, cubos y filetes trozados.

“Lo importante, y es algo en lo que hemos venido trabajando junto a las empresas, es destacar la versatilidad y variedad de posibilidades que ofrece el salmón para los consumidores. Se trata de un producto altamente nutritivo, saludable y accesible”, asevera Corales.

Más aún, el ejecutivo destaca que la reactivación del turismo ya sea recreacional o de viajes de negocios, ha hecho que el canal Horeca esté recuperando su dinamismo previo a la pandemia.

“Lo interesante es que esa recuperación está acompañada simultáneamente por un crecimiento similar o incluso mayor, en el canal *retail*. Efectivamente, estos números se explican gracias a las ventas en grandes ciudades como Río de Janeiro y Sao Paulo. Nuestro desafío, y a ese objetivo apunta la realización de nuestra gran actividad del año, ChileWeek Brasil 2023 (del 27 de noviembre al 1 de diciembre), es llegar a otros Estados como Belo Horizonte y poder expandir la presencia de Chile más allá de alimentos y productos del mar, a cada vez más consumidores”, adelanta Hugo Corales, y añade: “Creo que las empresas nacionales están bien encaminadas y el consumidor local valora esa preocupación con su preferencia”.

Respecto a qué tan conocidos son los productos del mar chileno en comparación con productos de otras latitudes, el director comercial de ProChile en Brasil, revela que “nuestra cercanía geográfica y larga tradición de amistad y buenas relaciones entre ambos países hace que el posicionamiento de Chile es muy importante aquí en el mercado brasileño”.

“Nuestros grandes embajadores como el vino, aceite de oliva y frutas como manzanas, ciruelas y frutos secos hacen que nuestro país sea reconocido como un proveedor de alimentos de gran calidad, confiable y cercano. Con una oferta que responde a las tendencias de consumo más saludable y preocupados por el bienestar físico de las personas. Tenemos un gran potencial de crecimiento en otros estados del país y hacia ese objetivo estamos dirigiendo nuestras acciones”, concluye Hugo Corales. 

**“Las empresas nacionales están bien encaminadas y el consumidor local valora esa preocupación con su preferencia”, Hugo Corales, ProChile en Brasil.**

Foto izq.: Degustación de salmón.  
 Foto der.: Las campañas también destacan recetas.



AQUA / octubre 2023