

Pesca Chilena

Potenciando el mercado para sus grandes productos

LA PESCA BLANCA CHILENA ABARCA UNA VARIEDAD DE ESPECIES QUE SON ALTAMENTE VALORADAS TANTO EN EL MERCADO NACIONAL COMO INTERNACIONAL.

Entre los productos más destacados de la pesca blanca chilena se encuentran la merluza, el jurel y la reineta, apreciadas tanto en Chile, como en el extranjero, por su sabor y textura, así como por su versatilidad en la cocina. Estos peces son fundamentales para la dieta nacional y han encontrado un nicho significativo en mercados globales, donde la demanda de productos del mar de calidad sigue en aumento.

De acuerdo con el Informe Sectorial de la Subpesca, los desembarques acumulados en Chile al mes de agosto del 2024 fueron de 2,66 millones de t, este consideró: Desembarque del sector extractivo, que incluye los subsectores artesanal e industrial, además de desembarques de barcos fábrica, recolectores de orilla y áreas de manejo, además de las cosechas acuícolas. Esta cifra representó una disminución del 3,9% respecto a la misma fecha del año pasado y es un 0,1% inferior al promedio del quinquenio 2019 – 2023.

Del total de desembarques acumulados a agosto, el sector extractivo representó el 65,0% con un volumen desembarcado de 1,73 millones de t, el cual presentó una disminución de un 2,8% respecto al mismo mes del año 2023.

El desembarque industrial y artesanal, sin considerar re-

colectores de orilla y áreas de manejo, registró un preliminar a agosto de 1,6 millones de t, de los cuales 1,4 millones de t son peces.

Del total del industrial y artesanal, las pesquerías pelágicas representan el 81,8%, la pesquería demersal centro sur el 1,9%, la pesquería demersal sur austral el 1,2% y otras pesquerías el 15,1%, que corresponde principalmente a la extracción de algas, moluscos, crustáceos y otros.

Del total del desembarque pelágico, el sector artesanal explicó el 40,4%, mientras que el otro 59,6% fue explicado por el sector industrial. Los recursos pelágicos más relevantes fueron jurel, anchoveta y caballa, aportando el 61,1%, 14,2% y 9,5%, respectivamente.

El desembarque de anchoveta acumulado a agosto registró 204,5 mil t, lo que implicó una disminución del 11,6% respecto a igual fecha de 2023. La principal fracción del desembarque se registró en las regiones de Valparaíso a Los Lagos que representó el 54,1%, del desembarque total de anchoveta, luego le sigue las regiones Arica y Parinacota a Antofagasta que representó el 45,9%.

El desembarque total de jurel acumulado al mes de agosto de 2024 alcanzó a 878,5 mil t, lo cual fue 24,1% superior respecto al mismo período del 2023.

La principal área de desembarques estuvo comprendida entre las regiones de Valparaíso y Los Lagos con 721,1 mil t, registrando un aumento de 20,7% respecto al mismo período de 2023.



Fotografía: PacíficoBU.

En las regiones de Arica-Parinacota a Antofagasta el desembarque fue de 114,0 mil t, lo que significó un aumento del 41,7%. En Aguas Internacionales no hubo desembarque.

El desembarque de sardina común acumulado a agosto alcanzó a 103,4 mil t, ello significó una disminución de 71,8% respecto a la misma fecha del año 2023 (Fig. 2). La región del Biobío aportó con el 73,9% del desembarque total.

El desembarque de recursos demersales acumulados a agosto 2024 fue de 31,4 mil t, lo que significó una disminución del 1,4% respecto a igual fecha del año anterior. Los desembarques de recursos que conforman la pesquería demersal sur austral (PDA) a agosto de 2024, fueron de 19,7 mil t, inferior en 1,5% respecto al mismo período de 2023.

FOOD & SERVICE

Entre el 1 y 3 de octubre en el marco de la Food & Service –la feria alimentaria más importante del país–, con un récord de asistencia de más de 35.000 personas, el Pabellón del Mar triunfo gracias a su variedad de expositores, incluidos acuicultores de pequeña escala y pescadores industriales.

Al respecto, el presidente (i) de Sonapesca, Héctor Bacigalupo, destaca la importancia de los productos del mar como parte de una dieta saludable y valora la oferta de las compañías de la pesca industrial relevando el valor agregado de estos productos. “Vemos una serie de productos muy saludables y de gran valor nutritivo, así como también productos de alta calidad y listos para comer, como los filetes, empanizados y

una gran variedad de conservas, además las cocinas en vivo ayudan a dar ideas de cómo cocinarlas”.

Dentro de los expositores presentes, la gerente de Asuntos Públicos de los Pescadores Industriales del Biobío, Verónica Ceballos, resalta la importancia de promover el consumo de jurel, que corresponde a un producto clave para Chile, “Para nosotros es súper relevante promocionar el jurel, no solo porque es sustentable y se captura en la región del Biobío, sino también porque es un superalimento, rico en Omega 3, vitaminas y minerales, y muy versátil en la cocina”. “Chile tiene que darse cuenta hoy en día que existen otros alimentos que son igual de importantes y saludables como los consumidos habitualmente”, agrega.

Para el director ejecutivo de la Corporación ProPescado, Paulo Rojas, este año se cumplieron las metas propuestas, “estamos felices que por segundo año se concrete el Pabellón del Mar, el cual ayudamos a pensar y materializar desde su primera versión. Tuvimos miles de visitantes a los stands, por lo que creemos que se pueden fomentar buenos negocios en el mediano plazo”.

Uno de los aspectos más destacados del evento fue la realización de las clases interactivas de cocina, donde chefs como Manuel Matamala, experto en productos del mar chileno y chef embajador de ProPescado detalló que, se eligieron productos de un alto valor gastronómico como jurel, merluza común, merluza austral, reineta, choritos, entre otros, gracias a la donación de empresas expositoras en la feria como Fríosur, Camanchaca, Orizon con su marca San José, AmiChile, entre otras.

Acceso a productos del mar y en retail.

“El desembarque total de jurel acumulado al mes de agosto de 2024 alcanzó a 878,5 mil t, lo cual fue 24,1% superior”, Informe Sectorial Subpesca.



“Entre las principales tendencias de consumo destacan la conveniencia y practicidad”, María Florencia Barúa, Orizon Seafood de Nutrisco.

Para la gerenta de marketing corporativo de Orizon Seafood perteneciente a Nutrisco, María Florencia Barúa, sobre cómo se han presentado los distintos mercados y canales de distribución de los productos pesqueros nacionales en 2023 y en lo que va de 2024, “se observa un crecimiento en varios segmentos clave”.

“Según datos de Up The Trade, hasta junio de 2024, el valor de las ventas de pescado y mariscos en conserva ha crecido un 3,3% en el Canal Moderno, representando un 7,7% de la canasta de alimentos. Mientras que, en el sector de congelados, el valor de los pescados y mariscos ha aumentado un 2,3%, representando un 5,2% de la canasta de pescados congelados”, detalla María Florencia Barúa.

Añade que, a nivel global, la demanda de productos pesqueros sigue en aumento. “El consumo de productos del mar ha

Consultada sobre cuáles son las principales tendencias de consumo y demanda de productos pesqueros a nivel global, y cómo está ajustando la industria pesquera chilena su oferta, María Florencia Barúa comenta que, “entre las principales tendencias de consumo destacan la conveniencia y practicidad, ya que los consumidores buscan productos listos para consumir o cocinar, lo que ha llevado a innovaciones en las presentaciones y empaques de los productos pesqueros”.

“Por otro lado —remarca—, en cuanto a temáticas relacionadas con salud y bienestar, hay una creciente demanda de productos que se asocian con una alimentación saludable, como los pescados y mariscos, reconocidos por ser superalimentos y fuentes de proteínas y Omega 3”.

Además, en términos de sostenibilidad, la ejecutiva de Orizon Seafood perteneciente a Nutrisco, afirma que “los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental de sus hábitos alimenticios, lo que ha impulsado cambios en la producción y comercialización de productos pesqueros que buscan satisfacer esta demanda consciente”.

“La industria también ha capitalizado la tendencia de la premiumización, donde los productos de alta calidad y con procesos cuidadosos tienen una alta demanda. Nuestra marca Fisherman, por ejemplo, ha destacado en este segmento con su oferta de conservas y congelados premium, como el bacalao y la centolla, que satisfacen las expectativas de transparencia y calidad de los consumidores”, sostiene María Florencia Barúa.

VOCACIÓN PRODUCTIVA

En tanto, para el gerente comercial de PacificBlu, Felipe Flores, “el mercado a nivel nacional se ha ido estabilizando a una demanda que conocíamos pre-pandemia. Esa tendencia la vimos con fuerza durante el 2023 y se ha mantenido para lo que va de 2024. También observamos que la compra y consumo de productos del mar es muy sensible a los cambios económicos que vive el país y las personas por lo que seguimos muy atentos a esos indicadores”.

“Para PacificBlu el principal mercado para la comercialización de sus productos es el nacional, teniendo en cuenta que el 79% del total de nuestra producción se queda en el país en diferentes productos bajo nuestra marca El Golfo, congelados, apanados para la Juaneb y merluza fresca que se vende principalmente en ferias de la región Metropolitana”, añade.

En cuanto a cómo están respondiendo los pescadores industriales chilenos a las crecientes demandas de sostenibilidad y prácticas de pesca responsable en los mercados nacionales e internacional, el ejecutivo de PacificBlu destaca que, “como empresa tenemos una estricta política de cumplimiento normativo y de ejecución de buenas prácticas en toda nuestra línea productiva, lo que nos permite asegurar productos de origen legal, de pesca responsable y con una conocida trazabilidad. Esto sin duda es valorado por nuestros clientes pero, por sobre todo, hace sostenible nuestra actividad”.

crecido continuamente durante los últimos 60 años, alcanzando un promedio de 20 kg por persona. De acuerdo con estudios de Euromonitor, se proyecta que el consumo mundial de productos pesqueros aumentará más del 20% en los próximos cinco años. En 2022, los productos pesqueros fueron la principal fuente de proteína animal a nivel mundial, con 161 millones de toneladas métricas consumidas, superando a la carne de aves y la carne de cerdo”.

La ejecutiva destaca que “la industria pesquera chilena, por lo tanto, está ajustando su oferta para alinearse con estas tendencias globales, aprovechando oportunidades tanto en el consumo local como internacional. Particularmente, en nuestro país el consumo de productos del mar llegó a 15,8 kg por persona en 2020, lo que muestra un aumento comparado con los 13,2 kg registrados en 2013”.



Recetas y gastronomía marina en Food & Service.

“Desde hace tres años hacemos un necesario ejercicio de transparencia desarrollando reportes de sostenibilidad que dan cuenta de indicadores económicos, sociales y ambientales y donde hacemos particular énfasis en las prácticas de capturas que realizamos, en nuestro caso, de merluza común”, comenta Felipe Flores.

Sobre cuáles son las principales tendencias de consumo y demanda de productos pesqueros a nivel global, y cómo está ajustando la industria pesquera chilena su oferta, afirma que desde PacificBlu, “vemos una oportunidad de ampliar nuestras ventas de apanados de merluza chilena en otros países de la región, este nuevo desafío parte a comienzo de este año en donde estamos comenzando a ver los frutos para el último trimestre de este 2024”.

“El mercado para productos de valor agregado no está muy desarrollado en los principales países de Latinoamérica, por lo que vemos una tremenda oportunidad y desafío en poder llegar con todos nuestros productos. Hoy contamos con nuestros primeros pedidos confirmados para Colombia, Costa Rica y USA. El desafío está en llegar a más países de centro América y Sudamérica”, adelanta.

Sobre los desafíos que enfrentan los productores de pesca industrial en Chile en relación con los cambios normativos como el proyecto de nueva Ley de Pesca, y cómo están manejando estos desafíos para asegurar la continuidad y expansión en los mercados, Felipe Flores, comenta que “es muy difícil porque vivimos tiempos de mucha incertidumbre”.



Fotografía: Orizon Seafoods – Nutrisca.

“La discusión parlamentaria lamentablemente ha provocado que las bases en la que se sustenta nuestra actividad estén siendo discutidas y eso evidentemente es un problema y que no nos permite proyectarnos en el mediano y largo plazo como quisiéramos. No obstante a esto, como empresa tenemos una vocación productiva para la generación de alimentos del mar para el país y el mundo y todo esto no nos ha detenido”, concluye. **Q**

Producto chileno de jurel en conserva.



Fotografía: PacificBlu.

“El 79% del total de nuestra producción se queda en el país en diferentes productos”, Felipe Flores de PacificBlu.

Destacan variedad y calidad nutricional de los productos del mar.