



## El aumento en las importaciones de salmón desde Chile a Colombia se debe a las particulares condiciones climáticas y demográficas del país, sumado a una creciente sofisticación del consumidor y digitalización del comercio.



**Marcela Aravena**  
 Directora Comercial de  
 ProChile en Colombia

En Colombia no tenemos estaciones como en el hemisferio sur y el clima está marcado por la altitud y los pisos térmicos que ésta determina. Así, por ejemplo, en Bogotá no bajamos de los 8°C y no superamos los 20°C. En Medellín, hacia Los Andes, la temperatura oscila entre los 12°C y 28°C mientras que en Barranquilla el termómetro sube y se mueve entre los 18°C y 35°C. Dato anexo: entre estas tres ciudades (junto con Cali, las más importantes de todo el país) sumamos alrededor de 13 millones de habitantes.

Estas condiciones climáticas maridan muy bien con la frescura del salmón, perfecto para comer en delgadas láminas tipo sashimi, o en cubitos dentro de un mix tipo ceviche con otros ingredientes como aguacate, cebolla colorada, limón y coriandro, como se dice acá. Esta

combinación sería una de las causas detrás del crecimiento en el consumo de esta proteína en lo que va del año 2024.

En efecto, según datos de ProChile con registros del Servicio Nacional de Aduanas, las exportaciones de salmón y trucha a Colombia entre enero y abril superaron los US\$26 millones, un aumento de 10,6% con respecto al mismo período del año 2023. Si estabilizáramos este escenario y proyectáramos este dato para compararlo con las ventas acumuladas durante todo 2023 (US\$70 millones), estaríamos frente a un crecimiento anual cercano al 30%.

Pero ¿qué otras razones pueden explicar este fenómeno? En primer lugar, el buen posicionamiento país que tiene Chile entre los colombianos, sitial construido en las últimas décadas sobre la base

de otros productos como frutas y vino fundamentalmente, pero también gracias a inversiones nacionales y a empresas de servicios que se han instalado acá como proveedores para atender terceros mercados. Todo esto, enmarcado, además, dentro de las tradicionalmente buenas relaciones entre ambos países.

Ahora bien, a este escenario debemos sumar el factor demográfico. Actualmente, se proyecta que Colombia posee una población de 52 millones de habitantes, lo que ubica a este país como el tercer más poblado de Latinoamérica. Otro dato interesante es que el 68,7% de esta población tiene entre 15 y 65 años y el 82% vive en ciudades.

También es importante considerar otros factores como las características del comprador colombiano, la aceleración de la digitalización del comercio y el aumento de la confianza digital en las zonas urbanas.

El comprador colombiano es un consumidor sensible al precio, cada vez más sofisticado en sus gustos y está en permanente búsqueda de nuevas opciones que vayan en línea con su estilo de vida. Se trata de una persona abierta a ofertas innovadoras y dispuesto a pagar dentro de rangos razonables. En este sentido, aquellas marcas con propósito o que incorporen dentro de su oferta productos con mayor valor agregado -productos *ready to eat*- con mejores empaques o en múltiples presentaciones tendrán mejores opciones para motivar al consumidor.

Para este año también se espera que el *boom* que tuvo la Inteligencia Artificial en el 2023 se traslade al consumo y que el mercado responda positivamente a la incorporación de esta herramienta,



El consumidor colombiano prefiere aquellas marcas con propósito o que incorporen dentro de su oferta productos con mayor valor agregado como productos *ready to eat*, con mejores empaques o en múltiples presentaciones. Imagen: ProChile

cada vez más masificada y aceptada en otros contextos. Efectivamente, entre las tendencias destacadas para este año, se encuentra el crecimiento del uso de Inteligencia Artificial, tanto en la generación de contenidos como en la atención al cliente. Cada vez más, grandes empresas usan el aprendizaje automático para mejorar la personalización y la logística, sobre todo en la llamada logística verde o implementación de vehículos híbridos o eléctricos y promoviendo buenas prácticas como el reciclaje.

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, las ventas en línea aumentaron un 12% durante el 2023, alcanzando un valor total de US\$13 mil millones. En contraste, el canal de bares y restaurantes tuvo una contracción en sus ventas. Según un estudio realizado por el Observatorio Económico de la Asociación de Bares de Colombia, Asobares, evidenció que el 70% de los establecimientos presentaron una reducción en sus ventas.

El 50% de ellos presentó una reducción de más del 20% en el primer semestre del 2023, sin embargo para los meses de agosto y septiembre, se registró un aumento en las ventas, lo que significó un panorama más positivo para el cierre del año.

Tampoco debemos desdeñar la importancia del turismo, ya sea recreacional, pero sobre todo del turismo de negocios o MICE, por sus siglas en inglés (*meetings, incentives, conferences and exhibitions*). Este tipo de pasajeros es cada vez más frecuente en las grandes ciudades y está acostumbrado a productos más sofisticados, comidas más saludables y a una alimentación que vaya en línea con un estilo de vida más práctico, pero al mismo tiempo nutritivo y de fácil consumo.

Como ven, existe un ambiente favorable para seguir presentes y más aún, profundizar esta presencia acá en Colombia.

### Exportaciones de salmón y trucha a Colombia en US\$ Millones periodo 2019-2024

SubSector	2019	2020	2021	2022	2023	%Var. 23/22	Acumulado 23/24			Mayo 23/24		
							2023 (ene-abr)	2024 (ene-abr)	24/23 (ene-abr)	2023 abr	2024 abr	%24/23 may
Salmón y trucha	51	45	67	81	70	-14%	23	26	10.3%	5	7	56.6%

Fuente: ProChile