

Salmones Austral y **Sudmaris** son dos de las empresas chilenas más prestigiosas dentro del sector de la producción de alimentos procedentes del agua. Ambas compañías operan en Europa a través de Pontevedra, donde se encuentra el equipo que dirige Manuel Gago, y estos días estarán presentes una vez más de la Seafood Expo Global de Barcelona (Hall 5, Stand 5J201).

“Presentamos en Europa el Salmon Coho, que está teniendo una gran aceptación”

Salmones Austral es una compañía chilena especializada en la salmonicultura con una larga trayectoria a sus espaldas. Para conocerla con más detalle, hablamos con su Gerente Comercial, **Mauricio Toirkens**, y con **Manuel Gago**, responsable de la oficina de la empresa en Europa.

¿Cuáles fueron los orígenes de Salmones Austral?

M.T.: Salmones Austral nació en 2013 como resultado de la fusión de Salmones Pacific Star y Trusal. Ambas compañías fueron pioneras en la salmonicultura chilena, con gran experiencia en cultivo y con una excelente infraestructura en todas las etapas de cultivo y proceso.



Mauricio Toirkens

último caso a través de la oficina en Pontevedra que dirige Manuel Gago.

¿A qué perfil de cliente se dirigen en Europa?

M.G.: Nos dirigimos principalmente a ahumadores, importadores cuyo destino son las principales cadenas de supermercados y, más recientemente, las cadenas de restaurantes especializadas.

¿En qué ámbito geográfico trabajan?

M.T.: Salmones Austral exporta sus productos a más de 30 países, siendo sus principales mercados los Estados Unidos, Japón y el sudeste asiático. Además, contamos con representación en Norteamérica, China y Europa, en este

¿Cuál es la propuesta de la empresa en el campo de la comercialización de salmón en el viejo continente?

M.G.: Trabajamos con stock en Vigo, lo que nos permite facilitar la toma de decisiones de los clientes, eliminando los tiempos de tránsito desde Chile y los vai-

venes del dólar frente al euro. Si a ello sumamos la cercanía y el servicio, encontraremos las razones que nos están llevando a seguir creciendo año a año en este mercado.

¿Qué diferencia a su oferta de la de sus principales competidores en Europa?

M.G.: En mi opinión y la del equipo, creemos que la calidad es el elemento diferenciador que nos permite, por un lado, acceder a los clientes más exigentes y, por otro, darle una estabilidad al importador en un producto de tanto valor, que necesita evitar sorpresas a su recepción. No hay que olvidar que somos titulares de las principales certificaciones a nivel mundial: IFS, BRC, Global GAP, FDA y Kosher.

¿Cuáles son los retos de futuro de la firma?

M.T.: Queremos seguir ofreciendo un producto de la máxima calidad sanitaria



y comercial, con preocupación máxima por la sustentabilidad en todas las fases y el compromiso social. Asimismo, como futuro inmediato, estamos inmersos ya en el desarrollo de la comercialización en Europa de una nueva especie, el Salmon Coho. Se trata de una variedad que posee diversas particularidades respecto al más conocido (Salmo Salar) y que está teniendo una gran aceptación.

salmonesaustral.cl

“Los mejillones de Sudmaris alcanzan los máximos estándares en seguridad alimentaria”

Manuel Gago se ocupa también de la representación de **Sudmaris Chile, S.A.**, una firma dedicada al cultivo y distribución de mejillones que dirigen **Eduardo Macaya** (Gerente General) y **Jose Manuel Undurraga**, que ocupa el cargo de Gerente Comercial. Charlamos con ellos.

¿Cómo nació Sudmaris?

J.M.U.: Sudmaris nace el año 2007 en Dalcahue (Chiloé, Chile) inspirada en los mejillones y con el propósito de generar valor a todos nuestros grupos de interés. La idea era hacerlo impulsando una transformación sostenible de la isla de Chiloé, conservando el medio ambiente y sus recursos.

mos de una oficina comercial en Pontevedra que dirige nuestro European Manager, Manuel Gago.

¿En qué mercados están presentes?

E.M.: Nuestra operación productiva y administrativa está ubicada en la isla de Chiloé y, más concretamente, en la comuna de Dalcahue. Allí contamos con cuatro

centros de cultivo y una planta de proceso. A nivel comercial, nuestras operaciones están divididas en dos oficinas: la primera está ubicada en Puerto Varas (Chile) y está a cargo de las ventas de todos los mer-

¿Cuál es la estrategia de Sudmaris en la comercialización de mejillones en Europa?

M.G.: La fidelidad. Nos gusta poner valor nuestro enfoque en las relaciones comerciales a largo plazo. No en vano, más del 90 % de los clientes que comenzaron con nosotros hace casi 10 años nos siguen acompañando. Y eso reafirma nuestro compromiso con la sostenibilidad del negocio y con la relación con nuestros clientes.

¿Qué hace diferente a la oferta de la compañía?

E.M.: El mejillón de Chile es un commodity y, en general, la oferta es muy similar en calidad entre las cinco principales compañías productoras. Por eso, nuestro elemento diferenciador lo centramos

en el “happy-happy”, un concepto más humanizado que el conocido Win-Win. Además, Sudmaris, tiene un elemento diferenciador en su proceso productivo, lo que nos permite alcanzar los máximos estándares de calidad de seguridad alimentaria y hacerlo, además, con una filosofía de trabajo totalmente enfocada en el cliente.

¿Es posible seguir innovando en un sector como este?

J.M.U.: Sí, por supuesto. Creemos que es una industria en desarrollo y que tenemos mucho por hacer en innovación, tanto en la automatización de nuestros procesos como en el aprovechamiento y reutilización de desechos, buscando una economía circular y nuevas plataformas de ventas.

sudmaris.com

¿Cuál es la foto actual de la compañía?

E.M.: Contamos con un CEO y cinco gerencias a cargo de otras tantas áreas: Cultivo, Abastecimiento, Producción, Administración y Comercial. Además, dispone-



De izq. a der.: José Manuel Undurraga (Gerente Comercial de Sudmaris Chile), Manuel Gago (Director de la Oficina Europea), Eduardo Macaya (CEO Sudmaris Chile,) en la última edición del Seafood Expo Northamerica celebrado el pasado mes de marzo en Boston

