

Reinician Campaña Para Posicionar Al Mejillón Chileno

28/01/2022



La Asociación de Mitilicultores de Chile (AmiChile) junto con el servicio público del Ministerio de Relaciones Exteriores, buscan seguir posicionando al mejillón chileno en el gigante asiático apostando por campañas enfocadas en diversificar las exportaciones chilenas.

En diciembre pasado, el Comité Comercial de AmiChile, el cual está integrado por distintos representantes de las empresas socias de la Asociación de Mitilicultores de Chile, comenzó a desarrollar junto a ProChile su ambicioso proyecto de la marca sectorial "Patagonia Mussel", el cual pretende mostrar los atributos del mejillón chileno (*Mytilus chilensis*) en el mercado chino, mediante una campaña de marketing dirigida a esos consumidores, que permitan aumentar las exportaciones de ese producto a China.

Esta no es la primera vez que los mitilicultores realizan una campaña en el exterior, en 2011 y 2012 lo hicieron en Rusia, después en el 2014 en el mercado chino y Brasil, luego del 2016 a 2018 en China y Estados Unidos, en ambos obteniendo muy buenos resultados. Sin embargo, ahora es la primera vez que este proyecto de marca sectorial se destina 100% a China, algo que produce muchas expectativas en el sector.

Estas campañas han permitido instalar al chorito dentro de los mercados en el exterior, relacionándolo con las ventajas competitivas del producto y del origen del cual provienen. Para ello, se ha asociado al mejillón chileno de exportación con sus principales atributos diferenciadores. Un producto sano, natural, sabroso, cultivado en las frías y limpias aguas del Pacífico Sur, proveniente de un país confiable en cuanto a sus productos. De esta forma, la marca refleja los principales atributos y fortalezas del sector, contribuyendo a la imagen de Chile, al potenciarlo como productor de alimentos del mar de alta diversidad y calidad.

Para dar mejores garantías al desarrollo de este proyecto, se contrató a Francisca Salgado, ingeniero comercial de la Universidad de Santiago, con un MBA en la Pontificia Universidad Católica de Chile, como gerente de Proyecto, quien apoyará en las gestiones que se pretenden desarrollar para dar aún más fuerza a esta iniciativa que tiene como mercado principal China.