



COMUNICADO

ASOEX expone en Asiafruit Congress ON



Santiago, 18 de noviembre de 2020.-Durante Asiafruit Congress ON (en su versión virtual 2020), diversos expositores del mundo se mostraron optimistas sobre el futuro de las ventas de frutas y hortalizas en los mercados asiáticos

Durante la sesión final de Asiafruit Congress ON, edición virtual de la conferencia y evento de networking líder en Asia para la industria de productos frescos, se unieron a Chris White de Fruitnet, en el análisis sobre el impacto de la pandemia, Konna Mu representante del distribuidor chino Joy Wing Mau, Wipavee Watcharakorn del importador tailandés Vachamon Food, Charif Christian Carvajal de la Asociación de Exportadores de Frutas de



COMUNICADO

Chile AG (ASOEX) y Wayne Prowse de Fresh Intelligence Consulting, con sede en Australia.

"Realmente sentimos que hemos vuelto a la normalidad", precisó, durante su intervención Konna Mu, quien destacó que el cambio hacia una mayor venta minorista en línea ya estaba bien definido antes de la pandemia. "Acabamos de tener una de las mejores temporadas de cerezas de Washington con precios récord", agregó.

La pandemia ha sido un desafío inesperado, admitió Carvajal. "Afortunadamente nuestros exportadores tienen buenos socios importadores y distribuidores en todos los mercados claves de Asia, quienes han mantenido el sector actualizado de los últimos acontecimientos", precisó en el congreso.

Avances poco a poco

"Las ventas a principio de año fueron lentas debido a la falta de trabajadores (logística, puertos, entre otros) y toda la cadena de suministro. Pero estamos cautelosamente optimistas, porque en ningún momento, durante esta pandemia las exportaciones de fruta chilena han dejado de ser exportado hacia Asia o el mundo ", agregó Carvajal.

No todos los mercados se han recuperado con fuerza de inmediato. En Tailandia, por ejemplo, la pérdida de importantes fuentes de ingresos, debido a las restricciones impuestas a los visitantes extranjeros, sigue afectando la economía del país.

"Tailandia es una economía basada en el turismo, por lo que algunos consumidores se han visto afectados y han tenido que reducir sus gastos", comentó Watcharakorn, agregando que "la comida es una de las categorías en las que primero recortan el gasto".

Pero hay señales de recuperación en lo que respecta a los productos importados, dijo Prowse, añadiendo que "algunos mercados han bajado más que otros".

"En China, hemos visto aumentos en algunas industrias que pensamos que podrían haber bajado, por ejemplo, uvas y frutas de carozo de Australia", comentó.

Consumidores

Los mercados y los clientes también se han adaptado al desafío de no poder reunirse con proveedores y comercializadores en persona.

"En China, hemos visto un aumento en el comercio electrónico y especialmente en la



COMUNICADO

transmisión en vivo", reveló Carvajal, relevando que "ahora vemos a los minoristas haciendo su propia transmisión en vivo desde la tienda real".