

CEO de Produce Marketing Association Cathy Burns destacó cómo nuevas asociaciones a lo largo de diferentes sectores y la rápida expansión del e-commerce en el mundo están creando nuevas oportunidades para la industria de los productos frescos en Chile.

Burns, quien abrió el PMA Fresh Connections: Chile con un discurso sobre el estado de la industria, también se refirió a los factores claves que están impulsando el cambio en la industria de productos, como las innovaciones tecnológicas en tiendas y restaurantes, así como la disrupción en la ciencia y tecnología.

Burns señaló en su charla que las ventas globales de alimentos a través de canales de e-commerce aumentaron en un 30% el 2017, según un informe de Deloitte.



Los países que están liderando este crecimiento son China, Corea del Sur, el Reino Unido y Francia. EE.UU. experimentó un crecimiento de 5%.

“Chile controla un 9% de la participación del mercado de e-commerce en Latinoamérica, a pesar de solo contar con el 2% de la población de la región” comentó Burns.

“En 2017, la venta anual por concepto de e-commerce en Chile ascendió a los USD 4 mil millones, una clara alza comparado con los USD 2,8 millones de 2016. Con la adquisición de Cornershop por parte de Walmart en Chile, podría haber más oportunidades para aumentar las ventas de alimentos frescos a través del e-commerce”, destacó.

La tecnología sigue teniendo un rol clave a través de la cadena de suministro, especialmente considerando que el financiamiento de inversión en la agricultura se ha mantenido firme, señaló Burns.

Afirmó que en Chile se están formando alianzas entre el gobierno, agricultores, centros tecnológicos e inversionistas para incentivar aún más el crecimiento en la economía agraria.

Asistentes robóticos, como polinizadores y carretillas, fueron creados para ayudar a facilitar algunos de los desafíos asociados a encontrar ayuda tanto humana como no humana en los campos, comentó.

Destacando, además como las innovaciones científicas han ido impulsando en el mundo la tendencia a la alimentación basada en vegetales, lo que en Chile se puede ver a través del producto lácteo hecho de plantas de The Not Company.

Otra herramienta disponible y que también está impulsando el cambio en la industria son las redes sociales.

El crecimiento de las redes sociales, donde los alimentos son una parte integral del ‘capital cultural’, le ofrece a los alimentos y flores una plataforma para conectarse con los consumidores. Instagram ha hecho posible que uno pueda pedir comida directamente desde su teléfono inteligente.

“En Facebook, la plataforma de redes sociales más popular en Chile, los videos sobre alimentos son los más consumidos. Hay que considerar que el público retiene el 95% de un mensaje cuando lo ve a través de un video comparado con 10% cuando lee un mensaje” comentó Burns.

“Como profesionales de marketing, piensen en lo que eso significa para su contenido de video y canales sociales. Tal vez haya más oportunidades aquí en Chile para conocer y conectarse con los consumidores por Facebook - vía video - y así atraerlos más hacia las frutas, vegetales y flores frescos.

Cathy Burns concluyó sus comentarios indicando que “no hay duda de que las frutas, los vegetales y las flores juegan un rol importante en la expresión cultural y el bienestar. Son

una parte esencial de un mundo más saludable y feliz. Pero, a pesar de nuestra popularidad, tenemos espacio y oportunidades para aumentar el consumo de frutas, vegetales y flores, contribuyendo así a la salud de nuestros negocios”.

“Si vamos a crear un mundo más saludable, debemos seguir formando influencias culturales y compartiendo el increíble trabajo que nuestra industria realiza día a día.”

## **Evento**

El evento contó con la participación de diversos líderes de la industria, los que ofrecieron miradas claves respecto al rol de Chile en los mercados globales y a los mercados emergentes.

Andrés Rodríguez, representante de PMA en Chile, explicó que para esta versión quisieron aprovechar que el directorio mundial se había reunido en Chile, lo que les entregó la oportunidad de tener a grandes exponentes en los dos paneles que se hicieron.

Señaló que el congreso se trató de enfocar en los mercados, en las tendencias de la industria, los productos orgánicos, e-commerce y el consumo en las nuevas generaciones, todos temas atinentes a la coyuntura de la industria agrícola.

“Quisimos profundizar nuestro conocimiento de estos mercados que hoy día son grandes para Chile” y las temáticas que los mueven, afirmó Rodríguez a Portalfruticola.com

El PMA Fresh Connections: Chile se llevó a cabo en el Hotel InterContinental en Santiago, Chile.