



COMUNICADO

Ministro Furche y delegación público-privada se reúnen con máximos directivos del gigante de las ventas online Alibaba en China



- Alibaba es una de las mayores plataformas de comercio electrónico de China. Un sistema que hoy cuenta con más de 360 millones de usuarios.
- A fines de 2015 ASOEX firmó un convenio especial para frutas con T-Mall (empresa del grupo Alibaba), para promocionar cerezas y arándanos chilenos, en una campaña que contó con una gran aceptación por parte de los consumidores chinos

Santiago, 27 de enero de 2016.- Durante su segundo día de actividades, la delegación público-privada encabezada por el Ministro de Agricultura, Carlos Furche, se trasladó hasta la ciudad de Hangzhou, China, donde sostuvo una importante reunión con los máximos representantes de Alibaba Group. El encuentro tuvo por finalidad profundizar y ampliar las acciones conjuntas para promover los productos chilenos.



"Las posibilidades de avanzar en el mercado chino son infinitas", expresó el Ministro Furche. La máxima autoridad del agro chileno estuvo acompañado del director nacional del SAG, Ángel Sartori; el presidente de Asoex, Ronald Bown, el presidente de ChileNut, Juan Luis Vial, y el gerente general de Asprocer, Rodrigo Castañón, quienes también destacaron las oportunidades que abre el encuentro, ya que, están conscientes que las plataformas de comercio electrónico en China son un canal creciente de comercialización y promoción de productos agroalimentarios chilenos. Hoy este modelo de negocios cuenta con más de 360 millones de usuarios.

Tras la reunión con el vicepresidente de Alibaba Group, Brian Wong, el Ministro de Agricultura puntualizó que la relación que se ha gestado con Alibaba "permitirá que los consumidores chinos exploren y se interesen en los atributos de los productos alimentarios chilenos, aumentando su consumo". Agregó que la comercialización a través de plataformas digitales de Alibaba "son una muy interesante experiencia para el comercio electrónico de Chile con el mundo".

Alibaba y la Fruta Chilena

El 25 de agosto de 2015, en el marco de Chile Week, Direcon firmó un convenio de cooperación con T-Mall (del grupo Alibaba) con el fin de facilitar la venta directa de productos chilenos en China a través de los distintos portales en línea del grupo.

En dicho marco, la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile AG (ASOEX), estableció un convenio especial con T-Mall para promover las frutas chilenas, convirtiéndose en el primer sector privado chileno en realizar este tipo de acuerdos con Alibaba Group. El acuerdo tuvo por objetivo facilitar la venta directa online de frutas chilenas, especialmente arándanos y cerezas, en China.

El convenio entre ASOEX y T-Mall fue suscrito en el marco del "Global Shopping Festival" en 2015, llevado a cabo en la ciudad de Hangzhou, sede central del gigante chino del comercio electrónico, y se enfocó en la promoción de cerezas y arándanos chilenos durante el "Festival del Día de los Solteros", una iniciativa comercial de T-Mall, destinada a fomentar el consumo de frutas a través de internet, día conocido también desde su creación en 2009, como el "Doble 11", por celebrarse cada 11 de noviembre.



Ronald Bown, Presidente de ASOEX, destacó la importancia del convenio con Alibaba y promover la fruta chilena durante el Doble 11, ya que, "se trata del mayor evento promocional en internet organizado hasta la fecha y que en un solo día, el año 2014, logró registrar transacciones comerciales – a través de todos los portales de Alibaba- por un valor de US\$ 9.300 millones".

Bown agregó que con el convenio, cerezas y arándanos chilenos se compraron vía online a través de T-Mall durante el Doble 11, para recibir el producto a fines de noviembre o principios de diciembre, pues se trató de una promoción de preventa para anunciar la disponibilidad de estas frutas nacionales y el inicio de la temporada de cerezas y arándanos de Chile en China.

"Las actividades realizadas con T-Mall son una positiva forma de dar a conocer nuestras frutas, su calidad e inocuidad entre millones de consumidores chinos, clientes de T-Mall", puntualizó el presidente de ASOEX.

El dirigente agregó que China es el principal mercado de destino de las cerezas chilenas a nivel de Asia y dentro de los mercados mundiales. Durante la campaña 2014-2015, Chile exportó un total de 103.081 toneladas de cerezas frescas a los diferentes mercados de destino. De este monto 85.013 toneladas tuvieron como destino el mercado de Asia, y China recibió 49.673 ton, lo que fue un 87% más que la campaña pasada.

En tanto, según datos del Minagri, el comercio con China, particularmente en fruticultura, ha experimentado un importante avance en los últimos años. Cuando se excluye la minería y la celulosa, las exportaciones de frutas destacan con una tasa de crecimiento promedio anual de 73% en el período 2005-2014, totalizando una cifra récord de US\$744 millones exportados el último año. El fuerte incremento al comparar ese año con la puesta en vigencia del TLC -que este año cumple 10 años- se explica principalmente por el desempeño alcanzado por las uvas, ciruelas, cerezas y arándanos.

Finalmente se destaca que hoy la delegación público-privada llegó Beijing, la capital de la República Popular China, para dar inicio a las actividades promocionales de cerezas y arándanos en el supermercado de categoría premium BHG.