



COMUNICADO

Chile Week China 2017: Delegación público- privada se reúne con ejecutivos de JD.com



En la reunión con una de las mayores plataformas del E-commerce chino participaron el Director de ProChile, Alejandro Buvinic, además de representantes del sector privado de productos frescos, como Ronald Bown, Presidente de ASOEX

Santiago, 01 Septiembre 2017.- En el marco de las actividades de Chile Week China 2017, el Director de ProChile, Alejandro Buvinic, junto a representantes del sector privado, como Ronald Bown, Presidente de ASOEX, se reunió con Clark Meng, director y gerente general de la división de productos frescos de JD.com, el segundo mayor grupo de comercio electrónico de China y el cuarto a nivel mundial,



con quienes en 2016, en el marco de la segunda Chile Week China, se firmó un memorándum de entendimiento para incrementar la presencia de productos chilenos en la plataforma.

El objetivo de la reunión fue analizar estrategias de promoción para incrementar la presencia y venta de los productos chilenos en la plataforma, y en ella también participaron representantes de las marcas sectoriales Patagonia Mussels, Chile Pork, y Wines of Chile.

Los productos frescos son uno de los nuevos canales de distribución desarrollado por JD.com, en el cual ya se ofrecen productos chilenos como el salmón y la cereza, ubicándose entre los 5 más vendidos de la división, mientras que hay otros que ya comienzan a posicionarse en el mercado como los mejillones, arándanos, carne de cerdo y vino.

"En enero de 2018, realizarán el Chile Day, donde toda la plataforma de JD.com se vestirá con los colores patrios para promocionar nuestros productos, llegando a cerca de 250 millones de consumidores activos. La idea es profundizar lo que se hizo este año con el Día de la Cereza Chilena, donde en una jornada se vendieron más de 8 millones", comentó el director de ProChile.

Asimismo comentó que para la jornada del 2018 se extenderá el branding de Chile a toda la división de productos frescos de la plataforma, además de utilizar activaciones offline en la ciudad de Beijing. "Fue una reunión muy provechosa para todos, especialmente para las marcas sectoriales. Acordamos trabajar en conjunto en campañas de promoción para seguir aumentando no solo la presencia de nuestros productos en JD.com, sino también para mejorar la conexión con el origen de estos: Chile. Por ejemplo, la realización de promociones cruzadas, como carne de cerdo con vino carmenere, mejillones con sauvignon blanc, incorporar los videos del origen y logos de las marcas sectoriales a las páginas web de cada producto en la plataforma, entre otros. Tenemos mucho trabajo por delante", agregó Alejandro Buvinic.

Por su parte, Ronald Bown, puntualizó que el E-commerce, como JD.com, es una plataforma fundamental para la venta de frutas chilenas, especialmente para las cerezas chilenas, las cuales a través de este tipo de canales se venden hasta por adelantado, es decir, antes de llegar a China, especialmente para el periodo de celebraciones del Nuevo Año Chino.



Con esta actividad la delegación público-privada culminó el desarrollo de Chile Week China en Beijing. Este viernes, la delegación se dividirá en dos para desarrollar actividades en Chengdu, ciudad ubicada al interior de China con un creciente sector importador de alimentos, y en Shenzhen, ciudad innovadora y con un pujante sector tecnológico, donde se realizarán actividades de promoción de inversiones.