

Entorno

China se convertirá en 2015 en el mayor mercado online del mundo para el retail

Modaes
12 abr 2012 - 13:42

Comprar y vender online es la segunda actividad que más se realiza en China en Internet. El ecommerce en China crece a pasos agigantados. Los expertos auguran un crecimiento exponencial para 2015, cuando el gigante asiático habrá triplicado su consumo online y en el país se facturarán más de 360.000 millones de dólares (274.675 millones de euros) en la Red.

En la actualidad, China cuenta con más de 500 millones de usuarios de Internet, cifra que aumentará hasta 700 millones en 2015, según el estudio *Las generaciones digitales de China 3.0: El imperio online*, elaborado por **Boston Consulting Group**. La consultora sostiene que en 2015 China se convertirá en el mayor mercado online para el retail.

Uno de los hechos por los que el comercio online en China está tan desarrollado es por la dificultad que experimentan las empresas para empezar a operar en el país. “Las compañías no pueden tener una gran presencia en el país ni tener establecimientos que atraigan a los clientes, por lo que deben apostar por el comercio virtual”, se explica en el informe.

El público chino que consume online también ha cambiado de preferencias. Si hace unos años los libros, las tarjetas digitales y las flores eran los productos más consumidos, ahora lo son la moda y la tecnología.

Otra de las conclusiones clave a las que ha llegado el estudio ha sido el cambio de perfil del consumidor que realiza compras a través de la red. Los usuarios chinos de Internet son cada vez mayores. La generación china que más consume moda en la Red son los nacidos en la década de los noventa (que ahora tienen mayoría de edad y trabajan), que realizan un 12% de sus compras por la Red.

Finalmente, el estudio revela que China ha llegado a un punto de saturación y

Modaes

maduración en cuanto al comercio online, por lo que las empresas deberán desarrollar múltiples estrategias para llegar a todo el público chino para seguir vendiendo en el país.

“Internet está en peligro en China por la sobresaturación, por lo que las empresas deberán avanzar con esta tendencia y afrontar desafíos para seguir siendo rentables en el comercio online chino”, concluye el estudio.