
Modaes

Entorno

El 'mcommerce' se consolida en China y rozará 80.000 millones en 2015

Modaes
22 jun 2015 - 00:00

El *mcommerce* entra velocidad de crucero en China. El comercio a través de dispositivos móviles, que lleva dos años ganando terreno a un ritmo galopante en el país, rozará 80.000 millones de dólares en 2015, lo que supondrá un crecimiento del 54,6%, según la agencia Go Globe.

En 2013, el *mcommerce* creció en China un 165,4%, hasta 27.010 millones de dólares. Un año después, la cifra de negocio volvía a doblarse, alcanzando 51.620 millones de dólares, según *WWD*.

Este año, se espera que el *mcommerce* registre un crecimiento más moderado, del 54,6%, hasta llegar a 79.810 millones de dólares. Go Globe prevé que el sector continúe ganando terreno, aunque a ritmos más comedidos, en los próximos dos años, hasta alcanzar 160.000 millones de dólares en 2017.

“En China, la infraestructura móvil es muy buena, la gente puede usar el móvil en cualquier parte, y esto es especialmente importante en ciudades más pequeñas donde, para mucha gente, el *smartphone* es el único dispositivo que usan para comprar”, explicó Will Tao, el director de investigación de iResearch. De hecho, casi el 70% de los consumidores chinos declara haber comprado alguna vez a través del móvil, frente al 46% de los consumidores de Estados Unidos. La mitad son jóvenes de entre 24 y 30 años.

Modaes

Los grandes del comercio online no han tardado en subirse al tren del *mcommerce*, asociándose con redes sociales para móviles y desarrollando aplicaciones para facilitar la compra a través de *smartphones*. La plataforma online **Taobao** lanzó en marzo **Xiaopu**, una aplicación que permite a los minoristas y vendedores particulares subir sus productos más rápido desde móviles, y conectar directamente con los consumidores a través de las redes sociales.

Aunque la cosmética y la moda son dos de las categorías más compradas a través de dispositivos móviles, las plataformas que más éxito tienen en el *mcommerce* son las especializadas en ventas flash. En estos portales de compra impulsiva, porque la oferta dura solo unas horas, más de la mitad de las ventas se producen a través de móviles, según iResearch.