

Crecimiento en las tendencias de consumo ***online*** en ***China***

El consumo y las compras en línea cada vez están ganando mayor terreno como un canal de distribución en todo el mundo. **No es de sorprender que en un país como lo es el gigante asiático: China, esta tendencia vaya incrementándose de forma constante en los siguientes años.** China esta entrando en una fase digital muy rápidamente.

De acuerdo con un reporte de la firma **The Boston Consulting Group**, señala que **para el 2016 en China habrá mas de 730 millones** de internautas, esto es un **18% más** de lo que se registro en el 2013. en cuanto a los consumidores en línea, en **el 2016 se espera sean mas de 380 millones de compradores**, lo que representa **un incremento de 40%** comparado con el 2013.

Los consumidores chinos dedican una gran cantidad de tiempo en investigar en línea, pero no confían mucho en los sitios oficiales de los productos. Para las compañías resultará en una ventaja competitiva entender el comportamiento de los consumidores. Esto es, **saber como dónde y cómo interactúan los consumidores, tanto en línea como fuera.**

En el reporte se menciona que para el **60% de los compradores regulares en línea en China**, Internet se ha convertido en la principal fuente para aprender sobre productos, marcas y precios. En tanto que **un 30% utiliza tanto la red como otras fuentes para este aprendizaje.**



Crecimiento en las tendencias de consumo *online* en China

El reporte menciona que dado el entorno actual, **los canales de comercialización tanto en línea como fuera de línea, son importantes para las transacciones**, y muy pocas categorías pueden depender de un solo tipo de canal. **El 60 a 80% de los consumidores chinos, no tiene ninguna preferencia fuerte para hacer compras en línea o fuera de línea.** Por lo tanto, **es fundamental que ambos tipos de canales estén disponibles y ofrezcan información y experiencias consistentes**, por lo que los diferentes canales se pueden reforzar mutuamente.

Los consumidores chinos están accediendo cada vez más al mundo en línea a través de varios dispositivos, desde múltiples lugares y medios de comunicación. **Se espera que en el futuro puedan moverse sin problemas entre estas opciones, y desde y hacia fuera de línea.** Este nuevo entorno multicanal ha traído consigo los comportamientos característicos de consumidores, centrados en el aprendizaje, la compra, y enfocándose en marcas y productos.

Con información de The Boston Consulting Group perspectives*

