

China: líder en e-commerce transfronterizo

La crisis sanitaria mundial ha generado cambios en la rutina de vida de las personas y a la vez ha acelerado aspectos del comercio como el uso de las transacciones electrónicas y el e-Commerce.

El comercio electrónico transfronterizo es el comercio en línea mediante el cual el consumidor solicita una orden de compra, a través de una plataforma virtual, a un minorista ubicado en el exterior y este último es el que despacha el producto desde su país hacia el país del consumidor o cliente.

Actualmente, China es el mercado de comercio electrónico más grande del mundo, incluso mayor que EE.UU., siendo Guangzhou la ciudad líder en el e-Commerce chino, pues ha superado a ciudades como Pekín, Shanghai y Shenzhen.

Esto se debe al crecimiento del nivel de ingreso de su población y a la mayor conectividad a internet, factores que han logrado que los consumidores chinos gasten alrededor de US\$ 1.127 billones en compras en línea en el 2019.

Según la consultora Frost & Sullivan Consumer Survey, es por ello que los minoristas extranjeros ven a este mercado con potencial para colocar sus productos o marcas a través del uso del comercio electrónico como herramienta de internacionalización, siempre que tengan una ventaja competitiva y valor agregado.

Cabe mencionar que antes de la COVID-19, las categorías con mayor demanda en China eran los productos para madres y bebés, belleza, cuidado personal y moda. Desde que inició la pandemia, las categorías como alimentos, salud y equipos electrónicos, lideran las preferencias de los consumidores.

Finalmente, las nuevas tendencias de desarrollo del comercio enfocados hacia el cliente como el e-Commerce transfronterizo, new retail y las nuevas tecnologías que mejoran la experiencia de compra, pueden generar oportunidades comerciales para la nueva normalidad pospandemia en Asia y otros mercados que impulsen estas tecnologías.