

China amplía su mercado de ecommerce dando acceso libre a los operadores extranjeros

China engrosa su mercado de ecommerce. A partir de ahora, las empresas extranjeras de venta online podrán operar en el país sin necesidad de crear sociedades conjuntas con compañías locales, tal y como era obligatorio hasta ahora.



Para operar en el mercado chino, las plataformas internacionales de ecommerce debían establecer una *joint-venture* con una empresa local al 50%, porcentaje que podía disminuir el peso del socio chino hasta el 45% en la zona de libre intercambio de Shanghái.

Esta fórmula había frenado hasta ahora la entrada de plataformas extranjeras. Por el momento, muy pocas empresas de venta online de fuera de China han empezado a operar en el país y, entre éstas, se encuentran gigantes como **Wal-Mart** o **Amazon**.

El mercado chino del ecommerce sigue dominado por el grupo local **Alibaba**, a través de **Tmall**, y **JD.com**, que copan el 57% y el 21% de las ventas online que se realizan en el país, respectivamente.

Se estima que el negocio del ecommerce en China se duplicará en cinco años. Este sector alcanzó los 440.000 millones de dólares (394.170 millones de euros) en 2014 y espera llegar al billón de dólares (895.000 millones de euros) en 2019, según un estudio de la consultora **Forrester**.

Fuente: Modaes.es 14.07.2015