

PERFIL DEL CONSUMIDOR

China



Debido a incrementos en la urbanización de la costa, las provincias del Este de China presentan niveles más altos de ingreso per cápita. De esa manera, las áreas de mayor consumo se concentran en las ciudades más grandes tales como Beijing, Shangai, Shenzhen y otras zonas metropolitanas con alto poder adquisitivo.



Gracias a la mejora de la calidad de vida y movilidad social, los consumidores están cada vez más orientados a la calidad, con la reputación de la marca y la validación social desempeñando roles significativos en sus decisiones de compra. Por lo general, los chinos suelen investigar a fondo antes de hacer una compra, y una importante fuente de información son de las recomendaciones personales.



Los ciudadanos muestran diferentes patrones de compra dependiendo de su riqueza, edad y ubicación. El cambio más grande en el comportamiento viene del creciente ingreso y del estilo de vida cada vez más parecido al occidental de las generaciones más jóvenes. La base de los consumidores en China está compuesta por personas relativamente jóvenes (entre 20 y 35 años) que tienden a gastar más en entretenimiento que sus padres.



Los consumidores chinos valoran mucho la apariencia. Una cualidad que asocian a la dignidad y al orgullo y, por lo tanto, suelen prestar especial atención a la calidad de los productos. Entre productos dentro del mismo rango de calidad, optarán por comprar aquel con un envase más atractivo incluso si eso significa pagar un precio más alto.



La curiosidad y aceptación hacia nuevas tecnologías caracteriza a los consumidores, quienes en la última década han demostrado un crecimiento acelerado en la demanda por oportunidades de compra online. Esto llevó a que China se convierta en el primer mercado mundial en e-commerce, el cual se ha enriquecido con la aparición de plataformas gigantes como Alibaba y JD, hasta sitios especializados para mercados específicos.

Fuente: ProEcuador, Santande rTrade, ICEX.es, asialinkbusiness.au