

Kippel⁰¹

AVATARES

Ernesto Caccavale (Alibaba): “Podemos hacer nosotros más por el PIB europeo que los países”

El director de desarrollo de negocio del gigante chino del ecommerce abrió la sesión de la tarde de Barcelona Fashion Summit afirmando que estamos ante un momento histórico en el que los consumidores chinos piden marcas internacionales.

02 FEB 2017 — 16:59

POR KIPPEL01



“El tren está pasando ahora y no volverá a pasar”. Con esta contundencia, **Ernesto Caccavale**, director de desarrollo de negocio del gigante chino del ecommerce **Alibaba** se dirigió a los asistentes a la quinta edición de Barcelona Fashion Summit, organizado por Modaes.es, para explicarles que “el consumidor chino pide, desea y quiere productos internacionales”. “Podemos hacer nosotros más por el PIB europeo que los propios países”, ha señalado el directivo.

Las cifras son incontestables. Según el ejecutivo, casi el 70% del comercio electrónico en China pasa a través de sus plataformas. Sólo en el Single’s Day, **Alibaba** facturó 17.800 millones de dólares. “El 37% de los consumidores compraron aquel día productos internacionales, el doble de un año atrás”, ha apuntado.

Caccavale aseguró que el 40% del comercio mundial se realiza en China y el 70% de los consumidores chinos compran a través del móvil y se calcula que en 2020 sea el 85%. Por último, el

1/2

<https://www.kippel01.com/avatares/ernesto-caccavale-alibaba-podemos-hacer-nosotros-mas-por-el-pib-europeo-que-los-propios-paises.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

AVATARES

ejecutivo dio consejos para tener éxito en el gigante asiático: se necesita un equipo de la empresa dedicado a la venta en China; estudiar bien el mercado; invertir en marketing y publicidad; y tener paciencia. “Es un mercado enorme y difícil, no se abre la tienda y se vende, necesita ser pensado a largo plazo”, ha subrayado.

Barcelona Fashion Summit, organizado por Modaes.es, con la promoción del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya en el marco de 080 Barcelona Fashion, celebra hoy en Barcelona su quinta edición con cerca de 800 profesionales del sector. Bajo el título Next Generation: el futuro de la industria de la moda, el foro está patrocinado por Grup Met, Salesforce Commerce Cloud, Saphir y Simon y reúne a directivos de empresas como Desigual, Mango, Grupo Cortefiel, Zalando y Alibaba, entre otros.