

## Internet firms. Growing, wildly. China's online-search market comes under scrutiny

Enviado por Josue Garcia Veigaen Lun, 10/03/2016 - 09:33

### Cita:

The Economist [2016], "Internet firms. Growing, wildly. China's online-search market comes under scrutiny", *The Economist*, London, 7 de mayo,

<http://www.economist.com/news/business/21698312-chinas-online-search-mar...> [1]

### Fuente:

The Economist

### Fecha de publicación:

Sábado, Mayo 7, 2016

### Revista descriptores:

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Fronteras del capital [4]

Relaciones de propiedad y control: empresas sin nacionalidad versus internacionalización del capital [5]

### Tema:

Acelerada expansión del mercado de motores de búsqueda en China

### Idea principal:

Creciendo violentamente

El mercado chino de los buscadores está bajo observación

El periódico del Partido Comunista China, *eDiario del Pueblo* [People's Daily], demandó a las empresas motores de búsqueda, una mayor responsabilidad social y transparencia con su publicidad. La crítica cayó directamente sobre las desleales y deshonestas prácticas del motor de búsqueda más grande en el país, Baidu, a la cual se le acusó de promocionar anuncios y publicidad de tratamientos médicos fraudulentos.

En cierta medida esto también alcanza parcialmente al gigante estadounidense de los buscadores, Google, quien se retiró del mercado chino en 2010 para evitar la censura oficial del partido. Sin embargo, Google en realidad mantuvo varios de sus negocios de bajo perfil en marcha y se espera que Google Play llegue pronto.

¿Cuál es el motivo de ambos buscadores para permanecer en China?, *The Economist* señaló que el motivo de raíz está en el crecimiento del mercado chino de búsqueda en línea. La publicidad en línea móvil se disparó fuertemente en 2015 y se espera que los ingresos en yuanes se dupliquen para el 2018.

Por otra parte, las críticas señalan que los navegadores desarrollados por Baidu y otros utilizan un cifrado débil, recogen grandes cantidades de datos innecesarios, roban información de carácter personal, son altamente vulnerables a los virus y usan “bots” automatizados para el 15-20% de los aproximadamente 10 mil millones de clics diarios que cotizan en los mercados de publicidad en China.

### **Datos cruciales:**

° Gráfica 1. Ingresos de la publicidad en línea de China, 2011-2018. En términos absolutos las ganancias en yuanes son crecientes cada año. No obstante, la tasa porcentual de crecimiento anual cada vez es menor.

° Se estima que aproximadamente la mitad de todo el gasto de publicidad en China se llevará a cabo en línea este 2016.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El uso de las nuevas tecnologías ha dado lugar a nuevas esferas de valorización. La publicidad en línea es uno de los nuevos grandes mercados de nuestra actualidad. El mercado chino en línea crece violentamente al igual que los que pretenden acapararlo. Google, motor de búsqueda transnacional estadounidense, se mantiene como el más grande monopolio a nivel mundial en este ramo; no obstante los competidores siguen siendo muchos, y muchos otros son sus medios de competencia entre ellos.

---

**Source URL (modified on 4 Octubre 2016 - 1:31pm):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1020>

### **Links**

[1] <http://www.economist.com/news/business/21698312-chinas-online-search-market-comes-under-scrutiny-growing-wildly>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/18>

[5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/19>