



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Percepción del consumidor mexicano frente a la tendencia digital e-commerce por parte de la empresa de retail “Walmart”

Presentado por: Nidia Karen M. Muñoz Cubides

Tutora: Sara Catalina Forero Molina

2018

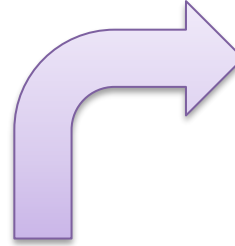
ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
MULTICAMPUS

Res. MEN No. 01456 del 29 de enero de 2016

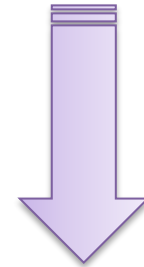
INTRODUCCIÓN



Directa y
constante



tendencia



Mundo digital



E-Commerce



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



MARKETING...

RECONOCER:

Cambios de los
consumidores



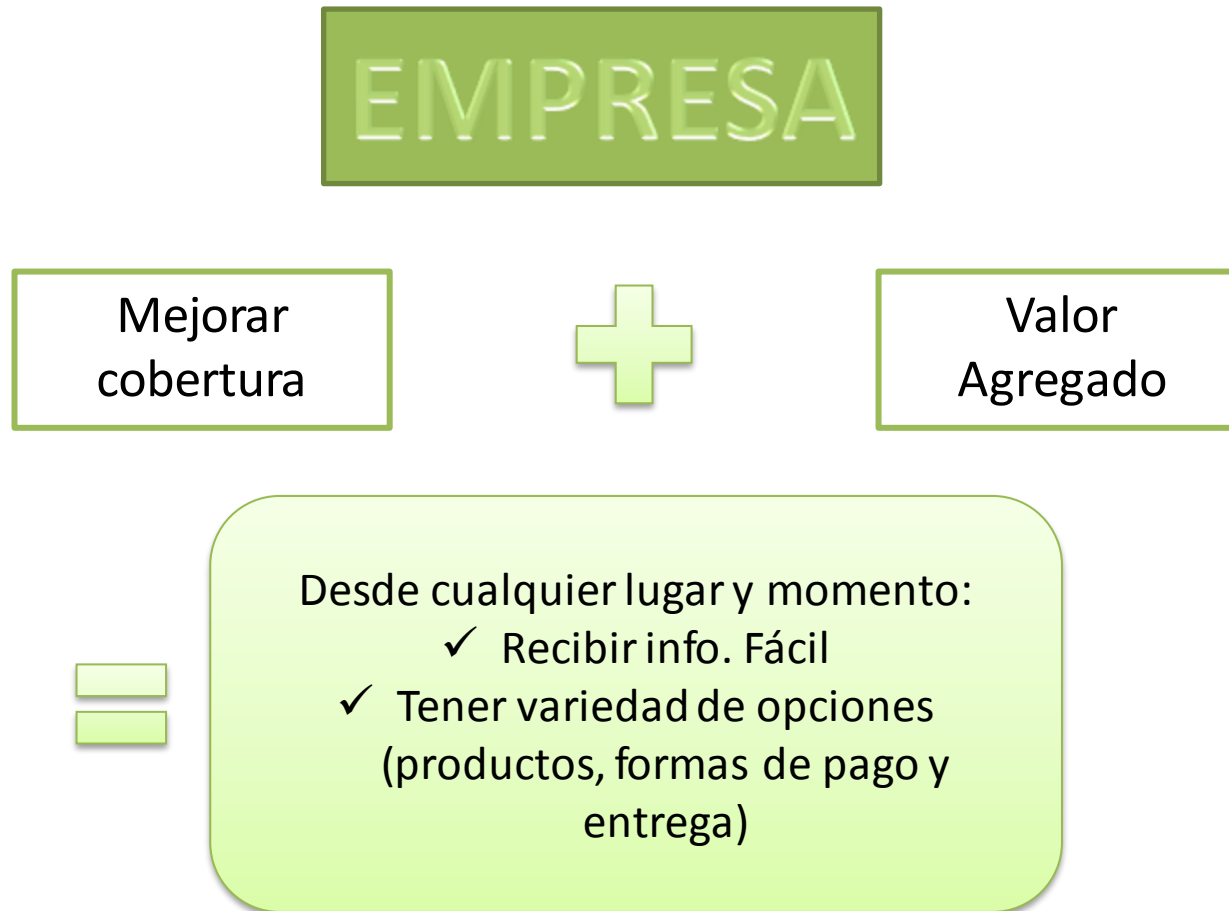
- **Necesidades**
- **Gustos**
- **Hábitos**
- **Preferencias**

Cambios en
el Entorno



- **Tendencias**

ESTRATEGIA...



E-MÉXICO, 2001

Internet

Comercio
Electrónico

Transacciones y
pagos en línea



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Marketing Digital - Omniconsumidor

Marketing Digital



E-commerce



Satisfacción del
Omni-consumidor



Actividades de
marketing a través
de internet



Uso de Internet
para comprar y
vender bienes y
servicios



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Comercio Electrónico en Wal-Mart

“Estamos viviendo en un momento de cambio transformador, en el que el mundo se mueve más rápido”

Doug Mcmillion



- ✓ Canal directo con los consumidores.
- ✓ Formas convincentes para que los clientes ahorren tiempo y obtengan acceso fácil a productos y servicios.

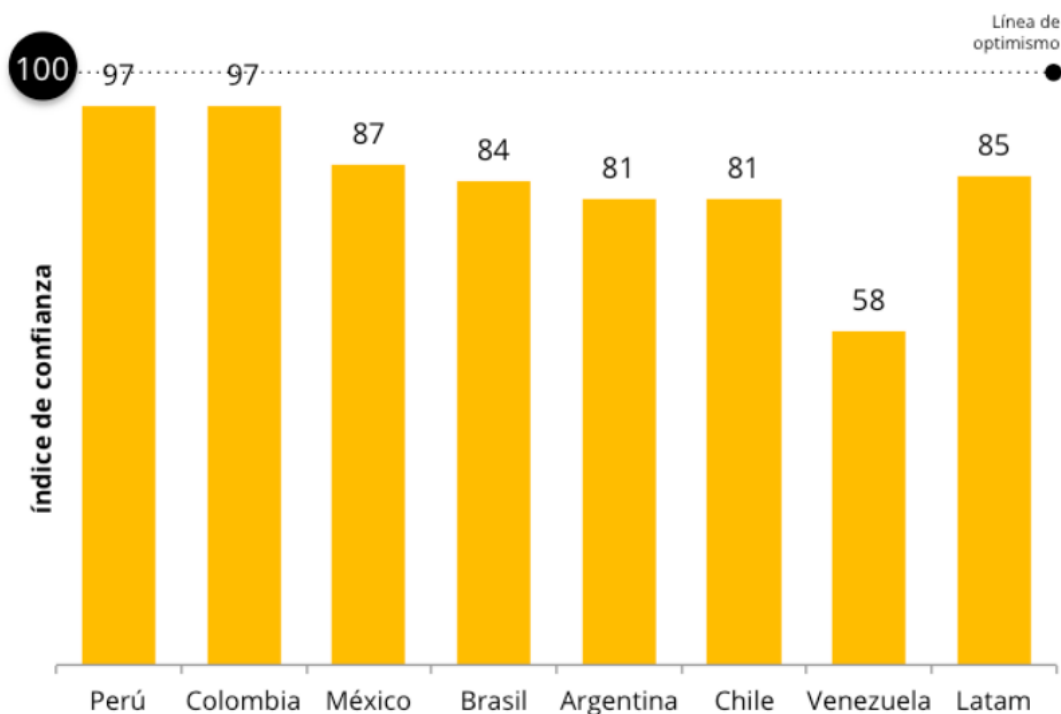
Percepción del Comercio Electrónico de los Mexicanos

- ❖ Poca confianza para realizar transacciones en línea
- ❖ Desconfianza por la calidad de los productos
- ❖ Costos de envío
- ❖ Mejores ofertas en Puntos de venta



Percepción del Comercio Electrónico de los Mexicanos

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR Q2 2017 – LATINOAMÉRICA



Fuente: Encuesta Global de Nielsen sobre Confianza del Consumidor Q2 2017.

- ✓ 43% viajes.
- ✓ 41% ropa o accesorios
- ✓ 50% boletas de eventos
- ✓ 9% comestibles

- ❖ Elektra
- ❖ Amazon
- ❖ Bestbuy
- ❖ Sony
- ❖ Wal-Mart



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Conclusiones

- Evaluar constantemente las necesidades del consumidor.
- Obtener el respaldo de sellos de calidad.
- Realizar esfuerzos y campañas contra el fraude por internet.
- Identificar en qué se puede seguir innovando.
- Potencializar y garantizar el buen servicio y la calidad.

*“Lo importante es identificar el futuro que
ya está sucediendo”*

Peter Drucker



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Referencias

- <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/news/2016/Infografia-6-tendencias-del-Retail-en-Latam.html>
- <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/news/2015/infografia-mexicanos-compran-online.html>
- <file:///C:/Users/Harold%20y%20Nidia/Downloads/EstudioComercioElectronicoenMexico2017.pdf>
- <file:///C:/Users/Harold%20y%20Nidia/Downloads/14+Estudio+sobre+los+Habititos+de+los+Usuarios+de+Internet+en+Mexico+2018+version+publica.pdf>
- <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/news/2017/a-85-puntos-aumenta-la-Confianza-del-Consumidor-Latinoamericano.html>
- <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/news/2017/Crecimiento-de-ventas-de-comercio-electronico-de-comestibles-eclipsara-al-fuera-de-linea-en-los-proximos-cinco-anos.html>

