



Mobile, catálogos digitales y Big Data: las 3 tendencias que marcarán el futuro del retail en México

Tiendeo sienta las bases del futuro del sector retail en el Congreso Nacional de Marketing Digital

24 de noviembre 2016. Tiendeo.mx, portal líder en ofertas y catálogos online geolocalizados, ha participado en el Congreso Nacional de Marketing digital, organizado por la revista Merca2.0 en Ciudad de México. Durante estos días 23 y 24 de noviembre, se dan cita 30 líderes de la industria de marketing en México y Latinoamérica, quienes compartirán con los asistentes las mejores prácticas de mercadotecnia en diversos sectores.

En este sentido, Alfredo Pérez, International Business Development Manager de Tiendeo, lideró en el día de ayer una ponencia sobre el papel que los dispositivos móviles y el Big Data juegan en el proceso de compra. De la ponencia de Pérez pueden extraerse tres conclusiones que marcarán el futuro más inmediato del sector retail.

1. El smartphone, la nueva realidad para los consumidores

Una de las principales conclusiones de la ponencia de Alfredo Pérez fue la importancia del gran **mercado mobile** que está en pleno auge en México. De hecho, se espera que para 2018 50 millones de mexicanos tengan, al menos, un **smartphone**, lo que significa que el 40% de la población de México tendrá uno de estos terminales. Además, estos dispositivos ya superan a los laptops como principales herramientas de acceso a internet.

Esta penetración propicia que cada vez más mexicanos incluyan a sus smartphones en la realización de tareas cotidianas, y de ellas, ir de compras es una de las actividades que más se ve afectada por la presencia de estos terminales. Así, 9 de cada 10 consumidores utiliza su smartphone durante el proceso de compra y el 48% afirma que estaría dispuesto a comprar un artículo en un establecimiento concreto cuando se ha informado sobre él previamente a través de su dispositivo.

Los datos de Tiendeo apuntan a que esta tendencia se mantendrá al alza en los próximos años. Las visitas a Tiendeo.mx desde smartphones ya suponen el 60% de las visitas totales a la plataforma, un 25% más que el año anterior. La previsión es que en 2017 las visitas desde estos terminales crezcan otro 30% más.

2. Los catálogos digitales centran la planificación de la compra: no todo lo online es e-commerce

Alfredo Pérez también apuntó la consolidación del efecto ROPO entre los mexicanos. Cada vez son más los consumidores que se informan a través de internet antes de realizar las compras en las tiendas físicas.

Según datos de [Tiendeo.mx](https://www.tiendeo.mx), el 93% de los consumidores planifican sus compras a través de Internet, y el 82% utilizan los **catálogos digitales** como herramienta de referencia en este proceso.

Los folletos y catálogos siguen siendo una de las principales vías de publicidad de retailers para sus clientes, sin embargo el catálogo online ofrece nuevas ventajas que hasta ahora eran inexistentes. Los catálogos digitales consiguen llegar a una audiencia de calidad de manera más eficiente, pues estos consumidores están buscando información de forma activa sobre los productos durante la planificación o incluso en la misma compra. El análisis de las métricas de Tiendeo señala que 1 de cada 2 consumidores acude a una tienda física tras consultar el catálogo de ofertas de la misma. Una nueva tendencia a tener en cuenta, sin duda alguna, por los retailers.

3. Geotracking: el Big Data al servicio del retail

El punto central de la presentación de Alfredo Pérez fue el **Geotracking**, una nueva herramienta que utiliza Tiendeo con el objetivo de obtener una gran cantidad de datos en tiempo real sobre el comportamiento de los consumidores y en relación a los catálogos online que han consultado. Gracias a esta nueva tecnología las marcas pueden conocer el recorrido exacto que sus clientes realizan desde que leen un catálogo hasta que acuden al establecimiento físico para realizar la compra. De esta manera, los retailers podrán conocer más sobre su comportamiento, con el objetivo de ofrecerles un mejor servicio y de implementar campañas promocionales y ofertas más efectivas.

El Geotracking ya se implementa con éxito en los negocios que trabajan con Tiendeo en España. Además, cuenta con grandes perspectivas de futuro en México, sobre todo por la penetración que los smartphones y los catálogos digitales han alcanzado entre los consumidores mexicanos.

SOBRE TIENDEO

Tiendeo es un portal especializado en la digitalización y geolocalización de catálogos y ofertas de la gran distribución, presente en 35 países. La web tiene más de 25 millones únicos mensuales, y la aplicación se ha descargado 7 millones de veces.

MÁS INFORMACIÓN

Esther Añón
esther.anon@tiendeo.com

María Ripoll
maria.ripoll@tiendeo.com

www.tiendeo.com