



GLOSARIO

Módulo 2. Comercio al por menor

Comercio: intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero.

Comercio de autoservicio: en esta modalidad, el cliente puede comprar sus requerimientos directamente de forma rápida y autónoma.

Comercio en línea: alude a las ventas que se realiza exclusivamente a partir de medios digitales (páginas web, redes sociales, etc.).

Comercio minorista (detallista o retail): se refiere a las transacciones donde una empresa vende cantidades chicas o individuales, ya sea al consumidor final o a otras empresas pequeñas, a través de una tienda física o del comercio electrónico.

Comercio mixto (híbrido): forma de comercialización en la que el comprador cuenta con dos opciones para realizar su compra, ya sea físicamente o mediante las páginas web de las tiendas.

Comercio tradicional: este esquema de venta, regularmente se lleva a cabo cara a cara y conlleva la comercialización de bienes en el espacio físico de una tienda.

Marketplace: tiendas virtuales que reúnen a múltiples y/o fabricantes, quienes suben directamente sus productos a las plataformas digitales, como es el caso de Mercado Libre o Amazon.

Modelo Brick & Click: esquema de comercialización que combinar las ventas en tiendas físicas con las que se llevan a cabo de forma digital, es un modelo flexible, se pueden ordenar productos en línea y recogerlos en establecimientos físicos.

Omnicanalidad: se refiere a la estrategia que busca generar una misma experiencia del cliente impecable a lo largo de múltiples plataformas de compra, trasciende las fronteras entre lo digital y lo físico con nuevos formatos como comprar en línea y recoger en tienda (Click & Collect), compra en tienda y entrega domicilio, compra en línea y devolución en tienda, entre otros.

Retailer: son vendedores que adquieren artículos en grandes cantidades y los comercializan en cantidades individuales al cliente final para su uso o consumo. Se dedican a almacenar sus artículos y los exponen para ofertar diversas alternativas al consumidor final.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.