



Prework

Caso de estudio

Módulo 2.
Comercio al por menor



Prewrite

1. Benchmark de casos de éxito de migración a la omnicanalidad

Deberás consultar y documentar dos casos de éxito de empresas de comercio al por menor que migraron de una estrategia de venta en tienda física a una estrategia omnicanal. No es necesario que sean zapaterías, pero se recomienda que sean giros que tengan un mercado meta similar que el de Confi-shoes.

Específicamente, deberás realizar lo siguiente:

- a) Una vez que investigues a profundidad los dos casos de éxito, llena la siguiente tabla comparativa:

2. Inferencias sobre el caso

Basado en la tabla previa, concluye:

1. ¿Qué cambios o elementos es necesario replicar en el caso de Confi-shoes para garantizar una estrategia exitosa de migración a la omnicanalidad?
2. ¿Qué debería evitar Genaro cuando migre a un modelo de negocio Brick & Click?

3. Exploración de Canales de Venta en Línea

Investiga diferentes opciones de canales de venta en línea, como páginas web propias, distribuidores con tiendas en línea, o marketplaces.

- Ubica al menos dos opciones en el contexto de Confi-shoes, evaluar ventajas y desventajas, así como el presupuesto estimado para implementarlas.

4. Análisis de Tendencias en Experiencia de Compra y Sostenibilidad en Tiendas Físicas

Revisa un canal de *Youtube* y al menos un podcast que aborden las últimas tendencias tecnológicas.

- I. Analiza cuáles son las tecnologías emergentes en materia de inteligencia artificial, realidad virtual, realidad aumentada y plataformas de autopago que están siendo utilizadas en tiendas físicas para mejorar la experiencia de compra.
- II. Selecciona dos opciones viables para ser aplicadas en Confi-shoes.



5. Cierre

Para finalizar:

1. Analiza qué transformaciones han tenido lugar dentro del Sector del Comercio al por menor en las últimas décadas y cómo ha intervenido el Sector bancario para hacer realidad dichas transformaciones.
2. Mantén a salvo tus respuestas y guarda esta información, ya que te será útil en la sesión presencial.
3. No olvides llevar contigo algún equipo de cómputo a la sesión presencial, para que puedas llevar a cabo las actividades planificadas de manera eficiente.

Criterios de evaluación (rúbrica)

Entregable	Lo que se espera	Valor en la evaluación
1	Su proceso comparativo está documentado correctamente. Las conclusiones de ambos casos son relevantes y aportan valor agregado para el diseño de la solución al caso planteado. Incluye el desglose de la inversión realizada en cada caso, ya sea porque el caso lo incluye, o bien estimándolo de manera congruente y documentada.	65%
2	Las inferencias sobre el caso se realizan de forma adecuada, ubicando los elementos a replicar en la empresa que garanticen una migración efectiva a la omnicanalidad.	10%
3	Se exploran correctamente los canales de venta en línea, investigando alternativas de páginas web o distribuidores de tiendas en línea, destacando ventajas y desventajas, así como el presupuesto que se requiere para implementar dichas alternativas al negocio.	10%
4	Analiza las tendencias en materia de experiencia de compra y sostenibilidad en tiendas físicas, examina las tecnologías emergentes que se utilizan en tiendas físicas para mejorar la experiencia de compra y selecciona dos opciones viables para aplicarlas a Confi-shoes.	10%
5	Analiza el impacto de las transformaciones de las últimas décadas del Sector del Comercio al por menor, así como el rol que ha tenido el Sector bancario en dichas transformaciones.	5%

Elemento	Caso 1: Nombre de la empresa	Caso 2: Nombre de la empresa
Giro del negocio.		
Definición del mercado meta.		
Pequeña síntesis del contexto de la empresa que lo llevó a cambiar su modelo de negocio.		
¿En qué consistió su solución? Detállala.		
Describe su tienda en línea.		
Indica si realizó cambios a su(s) tienda(s) física(s) y, de haberlos hecho, si tomaron en cuenta en cuenta la eficiencia de recursos materiales y energéticos (Iluminación LED, energía solar, bioplásticos o gestión de recursos hídricos) o en qué consistieron esos cambios.		
Señala qué cambios de mercadotecnia, comunicación o servicio al cliente llevó a cabo.		
Explica sus resultados.		
¿Qué se hizo bien?		
¿Qué pudo haber mejorado?		
¿A cuánto ascendió la inversión económica que realizaron para llevar a cabo su transición de tienda física a estrategia omnicanal? De ser posible, desglosa los rubros en los que se usó este dinero. Si no tienes el dato exacto, estímalo haciendo inferencias o supuestos.		

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.