[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 27/12/2019

# [Emprender con visión online, afirma Héctor Robledo](http://www.notasdeprensa.es)

## Como otros líderes mexicanos, Héctor Robledo Cervantes cree que las oportunidades de desarrollo en el país están vinculadas con la capacidad de ser resiliente en los tiempos difíciles

El empresario mexicano Héctor Robledo cabeza de un conglomerado de negocios con inversiones en México, ha instrumentado en sus incursiones filosofías para aprovechar los momentos clave y diversificar cuando las distintas circunstancias lo requieren. Uno de los principales negocios que ha acentuado su flexibilidad para integrarse a las tendencias es Netshoes, cuya operación en México adquirió hace un año a través de Corporación HRC, quien tiene el control actualmente. Su incursión en el negocio de las tiendas on line se dio por la coyuntura que ha experimentado esta forma de comercializar productos y a partir de seguir las tendencias de compra de las nuevas generaciones. “El control en las operaciones es básico para ser exitoso, hacerlo con desconocimiento y sin enfoque al cliente suena trillado, pero no es eficiente”, asegura el empresario mexicano. Algunas estadísticas establecen que actualmente 84% de Baby Boomers prefiere comprar en tiendas físicas; 62% de los Millennials tienen más probabilidades de convertirse en clientes fieles cuando una marca los involucra en las redes sociales; 44% de la Generación X utiliza los servicios de recolección en tienda o entrega a domicilio cuando están disponibles; y el promedio de atención online de la Generación Z es de 8 segundos. Si bien las compras en línea han aumentado exponencialmente en los últimos años a nivel mundial y en la actualidad son populares en todos los grupos de edad, el poder adquisitivo y los hábitos de compra varían mucho según la generación. Los hábitos de compra también determinan en el desglose generacional que si bien no funciona como una ciencia exacta, pero sólo el análisis de hábitos e intereses por el comercio electrónico permite validar la aplicación de estrategias para favorecer las compras. Actualmente son Brasil, Argentina, Chile y México los países de mercados que lideran el ecommerce en la región, pero este año el país superó los niveles de crecimiento. Según el reporte Global Ecommerce 2019 de eMarketer, México lideró el top 10 de países con más ventas de comercio electrónico minorista, por debajo de él se encuentran India, Filipinas y China. Solo otro país latinoamericano, Argentina, se coló al puesto número 8. En el caso de Netshoes la fórmula fue integrar un sistema de distribución de artículos deportivos de manera eficiente. El camino no era fácil, se trataba de distribuir productos de más de 100 proveedores a través de un catálogo en línea de marcas vinculadas a los derechos que tiene actualmente para comercializar a las tiedas oficiales de los clubes de fútbol de la Liga MX, además de la NBA y NFL. El análisis constante de preferencias se da a partir de habilitar la tecnología para atender los distintos hábitos de compra y preferencias de más de un millón de usuarios, que en más de 50% son compradores recurrentes. En su fórmula corporativa, indica Héctor Robledo Cervantes aplicó un regreso a los negocios tradicionales con una operación basada una filosofía empresarial tradicional enfocada al mercado y sus necesidades, pero sobre todo rescatando la rentabilidad del negocio.

**Datos de contacto:**

Grupo Medios

5555363976

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/emprender-con-vision-online-afirma-hector](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Emprendedores E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)