



Metodología para el comportamiento de los visitantes virtuales en los proveedores del sector de la distribución

ÍÑIGO CASTÁNDER. Grupo i68, San Sebastián. AINHOA SERNA. Mondragon Unibertsitatea, Arrasate-Mondragon. ISABEL BUSTO. Grupo i68, San Sebastián.

RESUMEN

El objetivo de este artículo es desarrollar una metodología para realizar un nuevo modelo de comportamiento del visitante virtual en el marco del sector de la distribución. Además, se posibilita un punto de partida para posteriores investigaciones sobre la cadena del sector desde la perspectiva física a la virtual, gracias a la exhaustiva revisión de la literatura llevada a cabo y a la identificación de las áreas de conocimiento que abarcan. Partiendo de dicho

análisis de revisión, se establece el foco en las áreas de conocimiento sobre el comportamiento de los visitantes virtuales en la parte de la cadena del sector donde se ha identificado un gap con una problemática que justifica el desarrollo de la propuesta metodológica.

PALABRAS CLAVE: metodología, comportamiento, proveedores, áreas de conocimiento, sector distribución, cadena virtual, cadena física, tradicional

Las 6 páginas de este artículo pueden consultarse íntegras en la web Mercasa.es, dentro del Volumen 4 de 2017 de *Distribución y Consumo*