

# Multiculturalidad, cultura y transcultura: ¿hacia dónde va el consumidor online?

Mtra. Orelly Karina Barrera Goytia  
Julio, 2020



# Cultura

La cultura es el cúmulo de recursos materiales, culturales, religiosos, etcétera, de un grupo social, que se transmiten de generación en generación para reforzar el modo de actuar de las personas que lo conforman, así como las experiencias colectivas.

# Elementos que conforman la cultura de las personas

Lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento.

## 2020: lo plural es la clave

Las nuevas tecnologías de la comunicación contribuyen a marcar nuestra identidad, creamos una identidad propia en la red.

El encuentro e intercambio de las diversas pluralidades impactan en nosotros como individuos y como grupo.

# Beneficios de la globalización

- Nuevas tendencias en la economía mundial
- La revolución de la información y la comunicación
- Colaboración a nivel mundial
- Liberación de los mercados de capitales y las bolsas de valores

# Hábitos de consumo *online*

Los hábitos de consumo online son variables; tomar una decisión sobre si se compra o no un determinado servicio o producto depende de muchos factores. Sin embargo, hoy la tecnología nos permite conocer a extrema profundidad a los consumidores, casi de manera individual; por ejemplo, herramientas como los chatbots, programas informáticos basados en la inteligencia artificial, nos ayudan a entablar conversaciones con clientes casi como si los atendiera una persona real.

# Tendencias en los hábitos de consumo *online*

- Cautivar en segundos
- Movilidad sin límites
- Cuidado de uno mismo
- Hogares multifuncionales
- Robots y chatbots
- Orgullo local

# ¿Hacia dónde vamos?

Estamos viviendo en un contexto en el que las empresas se ven cada vez más presionadas para competir digitalmente y el mercado y las nuevas empresas que nacieron ya como entidades digitales están ganando clientes, por lo que hay poco tiempo para “transformar” tu marketing digital y adaptarte a las condiciones del mercado.

# Multiculturalidad

Presencia de grupos provenientes de diversas culturas conviviendo en un mismo espacio geográfico, físico o social (RAE, 2020).

# Una persona multicultural



Se reconoce, se respeta y promueve la diversidad cultural.

# Aculturación

Recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro, en especial con pérdida de la cultura propia.

# Transculturación



“Recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura procedentes de otro, que sustituyen de un modo más o menos completo a las propias” (RAE, 2020).

# Referencias

Observatorio Digital. (s.f.). Medios de comunicación online vs tradicionales. Hábitos de los usuarios.

<https://observatorio.digital/blog/habitos-consumo-medios-online/>

Aboagye, A. Hensley, R. & Shafi, D. (Diciembre de 2017). Facing digital disruption in mobility as a traditional auto player. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/facing-digital-disruption-in-mobility-as-a-traditional-auto-player>

RAE. (2020). Multicultural. <https://dle.rae.es/multicultural?m=form>

RAE. (2020). Transculturación. <https://dle.rae.es/transculturaci%C3%B3n>

Aranda, D., & Baltà, J. (2017). *Los nuevos escenarios de la cultura en la era digital*.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/detail.action?docID=5214311>.

Ignacio, G. M., & Roncallo-Germán, A. S. (2018). *Estudiar las audiencias : Tradiciones y perspectivas*.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/detail.action?docID=5759289>