**¿CON QUÉ ASPECTOS HAY QUE LIDIAR AL CREAR UNA PRESENCIA DE E-COMMERCE?**

Para crear una presencia de e-commerce exitosa se requiere un extenso conocimiento de los aspectos de negocios, tecnológicos y sociales, además de un método sistemático. En la actualidad, una presencia en el e-commerce no es sólo un sitio Web corporativo, sino que también puede incluir un sitio de redes sociales en Facebook, una fuente de Twitter y apps para teléfonos inteligentes donde los clientes puedan acceder a los servicios que usted les ofrezca.

El e-commerce pasó de ser una actividad centrada en la PC en Web a una actividad móvil y basada en tablets. En tanto que el 80% o más del e-commerce se realiza hoy utilizando equipos PC, se utilizarán cada vez más los teléfonos inteligentes y las tablets para ver antes de comprar. Actualmente, la mayoría de los usuarios de Internet usan teléfonos inteligentes y tablets para ver antes de comprar productos y servicios.

A diagram of a website

AI-generated content may be incorrect.

**LÍNEA DE TIEMPO**

Es conveniente que tenga una idea aproximada del marco de tiempo para desarrollar su presencia de e-commerce cuando comience. Debe descomponer su proyecto en una cantidad pequeña de fases que podrían completarse dentro de un tiempo especificado.

A screen shot of a computer screen

AI-generated content may be incorrect.

**Riqueza:** la riqueza de la información se refiere a la complejidad y el contenido de un mensaje. Los mercados tradicionales, las fuerzas de ventas nacionales y las pequeñas tiendas minoristas tienen una gran riqueza: pueden proveer un servicio personal cara a cara, mediante el uso de pistas auditivas y visuales al realizar una venta.

**La sabiduría de las masas:** la creación de sitios en los que miles, e incluso millones, de personas puedan interactuar, ofrece a las empresas de negocios nuevas formas de comercializar y anunciarse, y de descubrir a quiénes les gustan (o no) sus productos. En un fenómeno conocido como la “sabiduría de las masas”, algunos argumentan que grandes cantidades de personas pueden tomar mejores decisiones sobre un rango de temas o productos, que una sola persona o inclusive que un pequeño comité de expertos.

**Servicio geosocial:** combina la ubicación geográfica con funciones de redes sociales. Permite a los usuarios compartir su ubicación, encontrar lugares cercanos y conectar con otras personas en función de su posición.

**Servicios basados en la ubicación:** son aplicaciones que utilizan la posición geográfica de un dispositivo para proporcionar información, servicios o contenido relevante.

**Servicios de geo publicidad:** son una forma de publicidad digital que utiliza la ubicación del usuario para enviar anuncios personalizados en tiempo real.

**Servicios de geo información:** son sistemas que recopilan, procesan y analizan datos geográficos para ofrecer información sobre ubicaciones, mapas y entornos.

**Sistemas de micro pagos**: ofrecen a los proveedores de contenido un método rentable para procesar altos volúmenes de transacciones monetarias muy pequeñas (desde $0.25 hasta $5.00 por transacción).

**Tal vez Internet no haga obsoletas a las corporaciones, pero éstas tendrán que cambiar sus modelos de negocios. ¿Está usted de acuerdo? ¿Por qué?**

Estoy de acuerdo con la afirmación de que Internet no hará obsoletas a las corporaciones, pero estas deberán adaptar sus modelos de negocio. Internet ha reducido drásticamente los costos de transacción y de agencia, lo que permite a las empresas reformar sus procesos principales basándose en esta tecnología. Esto conduce a la simplificación de procesos, reducción de empleados y estructuras organizacionales más planas.

Además, la adopción de sistemas de información basados en Internet facilita la creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio, lo que permite a las empresas diferenciarse en el mercado y obtener ventajas competitivas.

Por lo tanto, aunque Internet no vuelve obsoletas a las corporaciones, sí exige que estas evolucionen y ajusten sus modelos de negocio para aprovechar las oportunidades que ofrece y mantenerse competitivas en el mercado actual.

**¿Cómo han cambiado las tecnologías sociales al e-commerce?**

​Las tecnologías sociales han transformado el comercio electrónico al integrar redes sociales en las plataformas de venta, permitiendo una interacción más directa y personalizada entre empresas y consumidores. Esta integración facilita que los usuarios compartan opiniones, reseñas y recomendaciones, influyendo en las decisiones de compra de otros usuarios. Además, las plataformas sociales han implementado herramientas que permiten realizar compras directamente desde sus interfaces, simplificando el proceso de adquisición y mejorando la experiencia del usuario. Esta evolución ha llevado al surgimiento del "comercio social", donde la interacción y colaboración entre usuarios potencian las ventas en línea.