

EQUIPO 2

19580589 Castillo Jr Gregorio

19580585 Bermudez Dominguez Juan Carlos

19580595 Flores Acosta Sheila Lizeth

19580603 Góngora Raga Perla Elizabeth

19580618 Martínez Rivera Wendy Gabriela

19580867 Morales Calixto Daniel Alexander

19580633 Pérez Romero Julio Alberto

19580639 Rivera Ruiz Diego Imanol





TABLE DE CONTENIDO

3.4 TIPO DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS DE ACUERDO A SU FUNCIÓN

(02) 3.4.1 TIENDAS ELECTRÓNICAS

3.4.2 SUBASTAS ELECTRÓNICAS

3.4.3 CENTROS COMERCIALES

3.4.4 ESCAPARATE DE MARKETING

3.4.5 COMUNIDADES VIRTUALES

3.4.6 EJEMPLOS DE ÉXITOS DOTECH Y CIBERPUERTA





¿QUÉ ES UN NEGOCIO ELECTRÓNICO?

También conocido como e-commerce, tiene como principal característica la actividad económica que permite el comercio de compra y vente de productos y servicios a partir de medios digitales, como, por ejemplo, páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales.



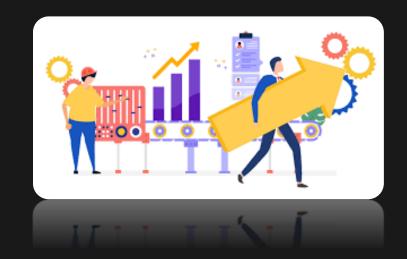






¿PARA QUE SIRVEN LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS?

- 1. Incremento de las oportunidades de venta
- 2. Lanzamiento de productos innovadores
- 3. Reconocimiento de marca









¿CUALES SON LOS BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO?

- 1. Flexibilidad y simplificación
- 2. Acceso a información
- 3. Menor inversión





••••

¿QUE TIPOS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS EXISTEN?

1. E-commerce B2B

2- E-commerce B2C

3. E-commerce C2C

4. E-commerce G2C



¿COMO ARMAR UNA TIENDA ELECTRÓNICA?

- 1. Define el o los productos o servicios que venderás
- 2. Establece proveedores o puntos logísticos
- 3. Desarrolla la tienda
- 4. Define tu estrategia virtual







¿QUE SON LAS MÉTRICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO?

1. Tráfico del sitio web

Si la gente no llega al comercio electrónico, obviamente, no puede comprar.



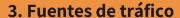


2. Visitantes únicos vs. visitantes recurrentes

Obtener un millón de visitas en tu sitio de comercio electrónico suena genial, ¿verdad? ¡Pero cuidado! Si todos estos accesos son únicos y ninguno es recurrente, probablemente tu tienda online esté teniendo un problema.







Si sabes que la gente está llegando a tu comercio electrónico, eso es bueno. Pero es aún mejor saber cómo están llegando allí. Al descubrir las principales fuentes de tráfico, puedes ajustar tu estrategia para explotarlas al máximo.



4. ConversiónUna conversió

Una conversión, en el comercio electrónico, en la mayoría de los casos significa una compra. ¿Cuántos usuarios visitaron tus páginas y realizaron una compra?

5. Cantidad y calidad de las reseñas de productos

Como explicamos, las reseñas de productos son contenido generado por los usuarios. Por lo tanto, no controlas directamente su producción







6. Abandono del carrito

El abandono del carrito es aquella situación en la que el usuario coloca artículos en el carrito virtual pero no completa la compra. Muchos factores pueden provocar este abandono, como el coste final del envío o el tiempo de entrega.



7. Tiempo medio de respuesta

¿Cuánto tarda tu ecommerce en responder a una consulta o solicitud enviada a través de los canales de comunicación oficiales?

8. Competitividad de precios

No es de extrañar que uno de los principales factores que llevan a los consumidores a elegir tal o cual comercio electrónico sea el precio.









¿QUÉ ES UNA TIENDA ELECTRÓNICA?

Una tienda virtual (electrónica/online) es un sitio web diseñado especialmente para vender productos u ofrecer servicios mediante el comercio electrónico.











Uno de sus principales beneficios es que este espacio de Internet permite a los vendedores exhibir su mercancía durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana y desde cualquier lugar.









Los vendedores de productos y servicios ponen a disposición de su clientes un sitio web en el cual pueden observar imágenes de los productos, leer las especificaciones y adquirirlos.



ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS DE UNA TIENDA ONLINE

Para que una tienda virtual cumpla los objetivos propuestos y sea útil debe contar con los siguientes factores





LOCAL/UBICACIÓN

A diferencia de las tiendas físicas, no es necesario rentar un local, sino disponer de un espacio web con una buena plataforma y que se adapte a nuestras necesidades y las de los clientes.









• DISEÑO DE TIENDA

La tienda virtual debe ser acorde a la imagen que queremos presentar de nuestro negocio, por lo que se deben tomar en cuenta los colores y gráficos de la página.

Además, es necesario que esta:

- sea responsiva;
- proporcione un diseño atractivo;
- sea de navegación fácil e intuitiva;
- tenga la posibilidad de filtrar datos;
- posea la información de contacto y redes sociales.









• DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS



Se le debe dar una descripción detallada de cada producto o servicio que se ofrece. También es indispensable que se le agreguen sus atributos, varias fotografías, características y cualidades.



SERVICIO DE AYUDA

Si no se da la información necesaria al posible comprador o si este tiene alguna inquietud, al igual que en una tienda física, buscará a alguien que lo ayude a aclararla y si no hay nadie que lo haga, se irá.





CARRITO DE COMPRAS



Es un software que le permite al cliente ir guardando los productos que desea, además, calcula el importe final y permite devolver los productos al "estante".







FORMAS DE PAGO

Se debe brindar formas de pago seguras. Además, es imprescindible que las políticas de seguridad y de confidencialidad de datos de los clientes estén disponibles para todos en cualquier momento.







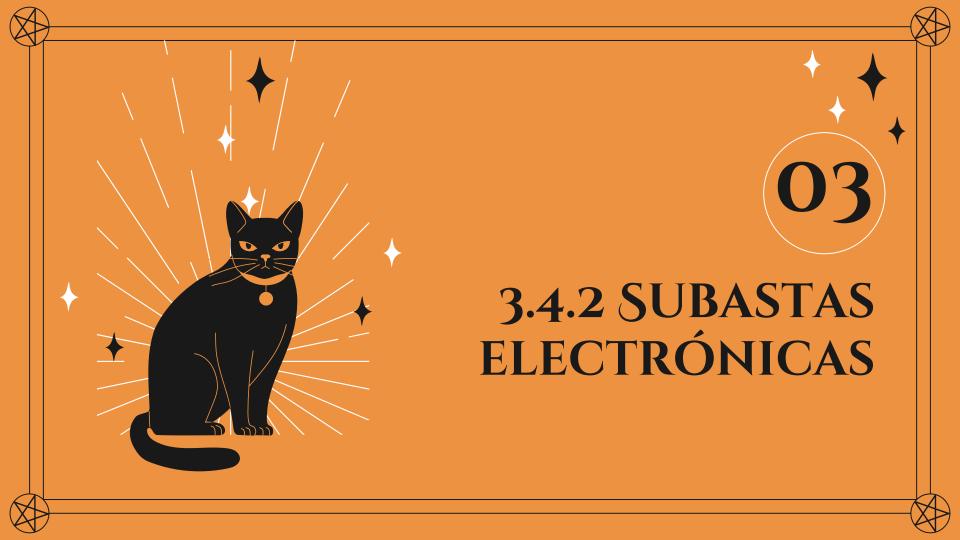


VALORACIÓN Y COMENTARIOS

En la actualidad los clientes confían más en la opinión de otros compradores antes que la del vendedor, por lo que, para aumentar la confianza, agrega un apartado para comentarios, quejas, dudas frecuentes y una escala de valoración de 0 a 5.











¿QUÉ ES UNA SUBASTA ELECTRÓNICA?

La subasta electrónica / subasta inversa es un proceso dinámico de negociación de precios en línea entre proveedores preseleccion ados para conseguir una parte del negocio.









Las subastas electrónicas se basan en trasladar el sistema de compraventa de servicios y bienes a internet por medio de un tradicional sistema de subasta. eBay es un gran ejemplo del existo que tiene este sistema.





••••

FUNCIONAMIENTO DE UNA SUBASTA ELECTRÓNICA

Su funcionamiento es muy sencillo, ya que proporciona a las empresas y consumidores un medio para que puedan subastar cualquier producto, a cambio de un determinado precio.





VENTAJAS



- La ventaja más importante de la subasta electrónica es que la puja es organizada y no es necesario para ello ningún espacio físico.
- Se pueden realizar subastas electrónicas las 24 horas del día y se realiza de forma totalmente anónima, sin compromiso alguno.

••••

CARACTERÍSTICAS

Los pujadores son un número alto, por los precios bajos y por la gran cantidad de productos que se ofrecen.

No hay limitación en el tiempo, ya que están disponibles las 24 horas del día y los 7 días de la semana, hasta que se agota el plazo máximo que fija el vendedor.



El precio se maximiza al existir una gran cantidad de consumidores que están dispuestos a pagar por el servicio o producto. El precio aumenta con cada puja.

Las limitaciones geográficas son inexistentes, ya que se pueden llevar a cabo desde cualquier parte, con la sola conexión a internet.



CLASES































••••

SUBASTA INVERSA

El producto subastado se adquiere por la puja con menor precio, cuando se alcanza el plazo máximo establecido. La finalidad de esta subasta es que los consumidores encuentren el contrato más barato ofrecido por el vendedor.





Los proveedores lo que hacen es establecer ofertas para que su precio sea más competitivo en la puja. El proveedor que haya realizado en el tiempo máximo establecido la oferta más baja es el que se adjudica el contrato.





••••

SUBASTA DIRECTA

El consumidor que realiza la puja más alta acabado el plazo máximo establecido es el que adquiere el producto.





¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

Un centro comercial virtual consiste en la reunión de varios negocios, generalmente del mismo sector, que buscan ampliar su clientela a través de las ventas por internet. Gracias a esto, pueden llegar a personas que viven lejos de donde tienen ubicados sus negocios y así aumentar las ventas.







FUNCIONAMIENTO

Los centros comerciales virtuales tienen la función de reunir en una sola página web, todos los almacenes con sus productos para ponerlos a disposición de los clientes en todo el mundo. Es así como una página web de un centro comercial virtual debe tener links a los almacenes que lo componen y dentro de esos links, los productos con su descripción y precio.







BENEFICIOS

Vender los productos por este medio ofrece grandes ventajas a los comerciantes; una de las más importantes es el ahorro de dinero, ya que lo único que se debe hacer es tener la mercancía almacenada, un contrato con una empresa de correo o courier y convenio con las empresas de tarjetas de crédito, aunque hay algunos gastos en los que debe incurrir el comerciante, como son una cuota anual o mensual por pertenecer al centro comercial y el pago de un porcentaje sobre las ventas.



- Se le da la opción al visitante de escoger y de utilizar el sistema de pago que más se acople a sus necesidades, permitiéndole comprar no sólo lo que quiere, sino hacerlo a la hora que lo desee ya que un centro comercial virtual funciona las 24 horas del día.
- Se le da también el beneficio de cuando será entregado ya que algunos dan el servicio que en menos de 4 horas puede ser entregado o que si lo desea el usuario puede pasar directamente a recoger su producto.





••••

¿A QUÉ NOS REFERIMOS CON ESCAPARATE DE MARKETING?



El escaparate de marketing se trata de la imagen que consigue una empresa online en los diversos canales que usa, gracias a la puesta en marcha de estrategias personalizadas de marketing y el éxito de las mismas. Es decir, consiste en la construcción de la idea (marca) de nuestro negocio y todos los elementos que afectan a la percepción que el público objetivo tiene de nosotros por medio del marketing online y las diversas herramientas.

))0(

Podemos definir escaparate como un espacio tridimensional de exposición de productos, que cumple las siguientes funciones:

- > Llamar la atención y despertar el interés de los potenciales compradores
- ➤ Generar el deseo de entrar en el establecimiento
- > Proporcionar a la tienda una imagen diferenciada de la competencia
- > Dotar de vida al establecimiento
- ➤ Presentar productos
- > Provocar el proceso de decisión de compra







¿POR QUÉ ES NECESARIO TENER UNA BUENA IMAGEN DE EMPRESA?

- ✓ Se trata de la primera toma de contacto que posees para convencer a los clientes de que tus servicios o productos merezcan ser comprados, es la carta de presentación en la que poder reflejar los valores que constituyen la personalidad de la empresa.
- ✓ Conseguir una buena imagen es el resultado de analizar los elementos que diferencian a nuestra empresa del resto y aportar valor añadido o beneficios a los usuarios.







11011

TIPOS DE ESCAPARATES

La decisión sobre qué tipo es el más conveniente para cada establecimiento depende de numerosos factores arquitectónicos, técnicos, estéticos, comerciales, etc.

- Escaparate de fondo abierto
- Escaparate de fondo cerrado

ESCAPARATE DE FONDO ABIERTO

Están formados por un gran panel de vidrio en la parte delantera y ningún fondo solido en la parte posterior.





Ventajas

 Deja ver el interior del punto de venta, da luz natural y vistosidad a la tienda. Todo el espacio interior tiene un carácter de exposición activa y permanente.

Desventajas

 Como desventaja presenta la ausencia de fondo que difumina la luz, se pierde el contraste entre forma y fondo y puede debilitarse el frente si no se trabaja con buena iluminación enfocada. Suele usarse este tipo de vitrinas en comercios pequeños.

Tiene la ventaja y el inconveniente de que propicia la distracción del público, que puede contemplar lo que ocurre en el interior del comercio ("la gente atrae a la gente") y no fija la vista en la mercancía expuesta porque el movimiento llama más la atención que los artículos estáticos expuestos.





ESCAPARATE DE FONDO CERRADO

Se trata de una vitrina formada por un gran panel de vidrio en la parte delantera y una pared sólida en la parte posterior. Se caracteriza por ser un espacio cerrado, como una «caja» tridimensional y no se visualiza el interior de la tienda.









Ventajas

Su ventaja está dada porque brinda un ambiente más sofisticado, el fondo sólido genera nitidez y claridad los productos exhibidos, proporciona un efecto más estable, con sensación de equilibrio. Los objetos expuestos resaltan sobre el fondo y se capta más fácilmente la atención del receptor, logrando un mayor impacto visual. Pero los objetos a exhibir deben elegirse estratégicamente, ya que serán los únicos visibles al público.

Desventajas

No hay inconvenientes, debemos olvidar que tener escaparate o una vitrina cerrada nos deja trabajando por dentro. Es decir, no podemos descuidar el interior, ya que es un escaparate cerrado bien resuelto. Asimismo, evita que veamos profundidad de la tienda y limita la posibilidad de ser "jalados" por otros objetos del interior si ponemos muy pocos artículos en el campo de visión.





))

¿QUÉ ES UNA COMUNIDAD VIRTUAL?

En un sentido simple, una comunidad virtual es un grupo de gente con objetivos comunes que usan una misma forma de comunicación para interactuar entre ellos en un entorno online









Tipos de Comunidades Virtuales



Comunidades de Redes Sociales



Blogs



Multiple User Dialogue (MUD)



Comunidad Virtual de Investigación

www.questionpro.com/es







COMUNIDADES DE REDES SOCIALES

Existen comunidades virtuales que no tienen un objetivo más que el de crear lazos sociales; para esto las redes sociales, como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, entre otros, gestionan este tipo de interacciones.





Existen también comunidades con base al contenido escrito a través de artículos y blogs que permiten la interacción y retroalimentación de personas relacionadas con el tema. Algunas de las plataformas para crear un blog es WordPress.



MULTIPLE USER DIALOGUE

Las comunidades virtuales son sistemas y espacios virtuales que permiten a los usuarios navegar, interactuar, participar, conversar, jugar y aprender en tiempo real, creando comunidades. Ejemplo. El sistema de Chat en Clash Royale, un videojuego de estrategia.







CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNIDADES VIRTUALES

- Sentido de la permanecía
- Participación activa
- Participación pasiva
- Sentido de responsabilidad
- Valores comunes







))

¿CÓMO PODÍAMOS UTILIZAR UNA COMUNIDAD EN UNA INVESTIGACIÓN?

Las comunidades virtuales son ideales para recolectar información eficaz. La plataforma te permite utilizar diferentes herramientas para recolectar insights que te permitan tomar mejores decisiones para tu organización.





Cómo utilizar una comunidad virtual para hacer un investigación



www.questionpro.com/es







- <u>Sondeos</u>: Con una comunidad virtual es posible crear sondeos para recolectar información rápida acerca de un tema de manera rápida.
- <u>Encuestas online</u>: Las comunidades virtuales te permiten realizar encuestas que puedas compartir fácilmente entre los participantes, visualizar los datos en tiempo real y obtener insights increíbles. A diferencia de los sondeos, puedes crear diferentes tipos de preguntas que te permitan profundizar en las respuestas de los participantes y obtener los detalles que necesitas. Lo mejor es que los participantes están comprometidos con la investigación, por lo que están dispuesto a dar sus respuestas cuando se las soliciten.







- <u>Foros de discusión</u>: Un foro de discusión es una de las herramientas más útiles de una comunidad virtual, ya que permite la participación de todos los miembros del panel.A través de esta herramienta, es posible hacer un pregunta general, donde los miembros compartan sus comentarios y opiniones y fomentar la interacción entre ellos.
- Focus group online: Esta herramienta te permite reclutar a un grupo de miembros de la comunidad virtual para debatir de forma virtual y en tiempo real sobre un tema específico.
- Programa de recompensas: A través de una comunidad virtual puedes fomentar la participación de los miembros y ofrecer una recompensa por su participación en las diversas actividades de investigación, por ejemplo, al participar en un debate, o realizar una prueba de producto.





TIPOS DE COMUNIDADES VIRTUALES PARA INVESTIGACIÓN

Comunidades de marca

Una <u>comunidad de marca</u> se utiliza para que las organizaciones realicen una investigación con sus clientes y embajadores, y obtener así una tasa de respuesta alta.

Este tipo de comunidades virtuales permiten realizar estudios de evaluación de marca, evaluar las quejas y ejecutar un plan para la solución inmediata, para que no se visualice los malos comentarios en redes sociales y los clientes se sientan escuchados y valorados.

as

Comunidades temáticas

El siguiente ejemplo de comunidades virtuales es la comunidad temática, la cual es usada por las marcas para enfocarse en un tema específico y atraer a cierto nicho de mercado.

Esta comunidad se destaca por la interacción que se genera entre los usuarios y los insights que se obtienen, gracias a la espontaneidad y trabajo de los administradores.

))((

Comunidades genéricas

El último ejemplo de comunidades virtuales son las genéricas, las cuales son utilizadas sobre todo por agencias de investigación de mercados, para reunir una gran cantidad de participantes con diferentes perfiles.

Este tipo de comunidad permite ampliar el conocimiento de los consumidores como datos geográficos, demográficos, psicográficos, etc, que ayuden en la segmentación de mercados y realizar estudios específicos, ya sea sobre hábitos de consumo en diferentes sectores, como el automotriz o de mujeres que son amas de casa, etc.







VENTAJAS DE COMUNIDADES VIRTUALES

- Las comunidades virtuales te ayudan a compartir información, responder a las preguntas de los miembros, hacer contactos, etc.
- Una comunidad virtual de investigación te permite recolectar información haciendo uso de herramientas como sondeos, encuestas, foros de discusión, focus group, entre otros.
- Una ventaja importante es que la plataforma permite intercambiar información en cualquier momento y de forma contínua. Puedes aprovechar la oportunidad para probar un proyecto o plan de negocios, prueba de producto, hacer un test online, etc.





- A través de una comunidad virtual puedes identificar a tus principales promotores de marca.
- La investigación a través de una comunidad virtual puede ser en el ámbito cualitativo o cuantitativo.
- El presupuesto para hacer una investigación dentro de comunidades virtuales es menor. El presupuesto que se ahorra puede emplearse en generar nuevas estrategias para la marca.







DDTECH

Empresa de éxito









¿QUIENES SON DDTECH?

DDTech surge para atender las crecientes necesidades mostradas por el mercado de consumidores de electrónicos y computo con la idea de satisfacerlas de una forma eficaz, ágil y con precios accesibles, además somos uno de los más grandes vendedores en la plataforma Mercado Libre.



••••

PRODUCTOS QUE NOS OFRECEN

- PC con buena calidad
- RAM
- Memorias
- Teclados
- Ratones
- Audífonos
- Impresoras
- Monitores
- Software
- Y entre otras muchas cosas mas que podemos encontrar en su pagina oficial.



OBJETIVO

Nuestro objetivo general es satisfacer de manera eficaz las necesidades del mercado, buscando la mejora continua en los servicios de la empresa.





MISIÓN

Ser el aliado estratégico de nuestros clientes, guiándolos a una compra inteligente.







Ser el mejor proveedor de tecnología y servicio online para un mercado en constante cambio.

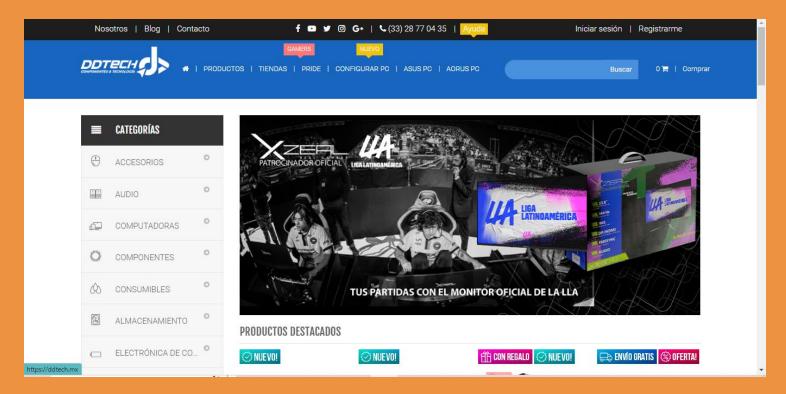
•••••

VALORES

- 1. Integridad: Estamos expresamente comprometidos a que todas nuestras transacciones de negocios se realicen con integridad, honestidad y siguiendo normas éticas de conducta.
- 2. Receptividad: Como una organización, reconocemos la importancia de ser receptivos a las necesidades de todos aquellos con los cuales hacemos negocios, independiente de su ubicación.
- 3. Respeto: A las ideas y diferencias individuales y culturales.
- 4. Trabajo en equipo: DDTech considera de gran valor el trabajo en equipo entre sus departamentos. Este espíritu debe prevalecer en toda actividad, incluyendo las relaciones con los clientes.
- 5. Servicio al cliente: DDTech considera de vital importancia ofrecer excelencia en el servicio, proporcionado a nuestros clientes "lo que el cliente necesita, en donde lo necesita y cuando lo necesita".
- 6. Responsabilidad: Estamos comprometidos en ser un socio de negocios que siempre cumpla con lo prometido.



OBSERVACIÓN DE LA PAGINA

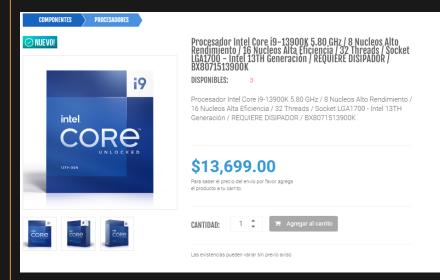






PRODUCTO DE COMPRA

Use Conditions 3



Essentials	
Product Collection	13th Generation Intel® Core™ i9 Processors
Code Name	Products formerly Raptor Lake
Vertical Segment	Desktop
Processor Number ③	i9-13900K
Status	Launched
Launch Date ③	Q4'22
Lithography ③	Intel 7

PC/Client/Tablet, Workstation





MÁS ESPECÍFICO DE LA COMPRA

CPU Specifications		Total L2 Cache	32 MB
Total Cores ③	24	Processor Base Power ③	125 W
# of Performance-cores	8	Maximum Turbo Power ③	253 W
# of Efficient-cores	16	Supplemental Information	
Total Threads ③	32		
Max Turbo Frequency ②	5.80 GHz	Embedded Options Available ③	No
Intel® Thermal Velocity Boost Frequency ③	5.80 GHz	Memory Specifications	
Intel® Turbo Boost Max Technology 3.0 Frequency [†] ③	5.70 GHz	Max Memory Size (dependent on memory type) ⑦	128 GB
Performance-core Max Turbo Frequency 3	5.40 GHz	Memory Types ③	Up to DDR5 5600 MT/s
Efficient-core Max Turbo Frequency ③	4.30 GHz		Up to DDR4 3200 MT/s
Performance-core Base Frequency	3.00 GHz	Max # of Memory Channels ②	2
Efficient-core Base Frequency	2.20 GHz	Max Memory Bandwidth ③	89.6 GB/s
Cache ③	36 MB Intel® Smart Cache	ECC Memory Supported [‡] ③	Yes





CYBERPUERTA

Empresas de éxito





¿QUIENES SON CYBERPUERTA?

En Cyberpuerta creamos el lugar más conveniente para comprar electrónica en México. Nuestro sitio www.cyberpuerta.mx ya es el más funcional y surtido en electrónica de consumo / computación al nivel nacional. Junto con nuestros clientes, continuamos innovándonos para seguir ofreciéndote el lugar más conveniente para realizar sus compras.







¿QUE NOS OFRECE CYBERPUERTA?

Dentro de nuestra gama de productos encontrarás electrónica de consumo como son productos Apple, Televisores, Audio & MP3, Foto & Video, DVD & Blu-Ray así como productos de computación como son Portátiles, PC's, Cómputo, Monitores, Punto de Venta (POS), Impresoras & Copiadoras, Telecomunicación y Software.







Nuestro objetivo como empresa electrónica es crear el lugar mas conveniente para la compra electrónicos en México



MISIÓN

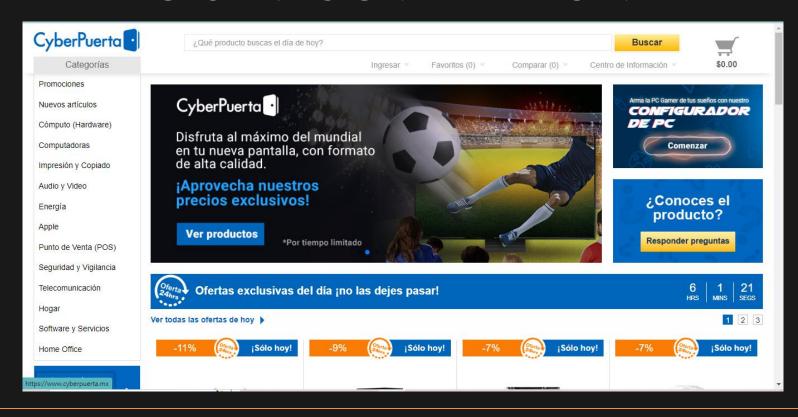
Dar a conocer nuestros productos y guiarlos a su mejor compra de productos electrónicos en México.



Ser una empresa de venta electrónica que hay en México y tener el mejor producto de electrónicos para nuestros clientes.



OBSERVACIÓN DE LA PAGINA





PRODUCTO AL COMPRAR

CyberPuerta ¿Qué producto buscas el día de hoy?	Buscar	Especificaciones	
Categorías v Ingresar	 	Puertos e Interfaces	
outogorido ,	Turonico (g) Companie (g) Como de monitoción	Número de puertos HDMI	1
Cómpulo (Hardware) Componentes Tarjetas Madre 90MB19Y0-M0EAY0		Ranuras de expansión	
/SUS	Tarjeta Madre ASUS Micro-ATX TUF GAMING B550M-PLUS	PCI Express x16 Gen (3.x) ranuras	1
	WIFI II, S-AM4, AMD B550, HDMI, 128GB DDR4 para AMD — Requiere Actualización de BIOS para la Serie Ryzen	Ranuras PCI Express x16 (Gen 4.x)	1
V	5000	PCI Express x1 (Gen 3.x) ranuras	1
	SKU: 90MB19Y0-M0EAY0	Peso y dimensiones	
	**** 6 opiniones 0 preguntas	Profundidad	244 mm
	-7% \$3,549.00 \$3,299.00	Ancho	244 mm
	5 58 32 en 6 x \$596.00 o hasta 4 meses sin intereses	Detalles técnicos	
	Costo de envio: \$99.00 Válido hasta: 28/10/2022 Calcular fecha de entrega	Factor de forma	Micro ATX
· ii u = [Disponibles: 12 pzas.	Memoria	
	Comparar 1 +	Número de ranuras de 4 memoria	
Esperando www.cyberpuerta.mu	♥ Guardar en favoritos Añadir al carrito ♥	Memoria sin	

iGRACIAS POR SU ♦ ATENCIÓN!

Fuentes de información

Características de las comunidades virtuales. (2022, 8 julio). Aprende Institute. https://aprende.com/blog/emprendimiento/marketing-para-emprendedores/caracteristicas-de-las-comunidades-virtuales/
Comunidades Virtuales - Concepto, características y ejemplos. (s. f.). Concepto. Recuperado 28 de octubre de 2022, de https://concepto.de/comunidades-virtuales/
Ortega, C. (2022, 23 agosto). Comunidades Virtuales: ¿Qué son y cómo usarlas? QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/comunidades-virtuales-de-investigacion/

Colaboradores de Wikipedia. (2020, 29 julio). Subasta electrónica. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Subasta_electr%C3%B3nica Diferentes modelos de comercio electrónico. (2020, 22 mayo). Asociación Red Autónomos. https://redautonomos.es/nuevas-tecnologias/tipos-de-comercio-electronico

Hernández, R. G. (2011, 12 mayo). Subastas electrónicas, un e-commerce poco explotado. https://blog.elogia.net/subastas-electronicas-e-commerce-poco-explotado/

https://www.comunicare.es/la-marca-en-el-escaparate-de-marketing/https://carolinadelarosa.blogspot.com/2014/10/310-escaparate-de-marketing.htmlhttps://www.marcelaseggiaro.com/tipos-de-escaparates-o-vidrieras-comerciales/

