

Kevin Bermudez Esquivel

Modelo de negocio en internet (tiendas virtuales)



Comunicación de información a la web



- Definición
- Historia
- Evolución
- Plataformas
- Actualidad



En el mundo actual, el comercio electrónico se ha convertido en una fuerza mayor a nivel global, liderando por encima de los negocios tradicionales.

A continuación se explora cómo el negocio virtual ha dado ese paso para convertirse en el estereotipo preferido por la mayoría de nosotros y cómo ha evolucionado para posicionarse en el top.

Esta presentación proporcionará una visión completa del modelo de tiendas virtuales, desde sus fundamentos hasta las tendencias emergentes y las mejores prácticas para tener éxito en el competitivo mundo del comercio electrónico.

¿Qué son las tiendas virtuales? (ecommerce)

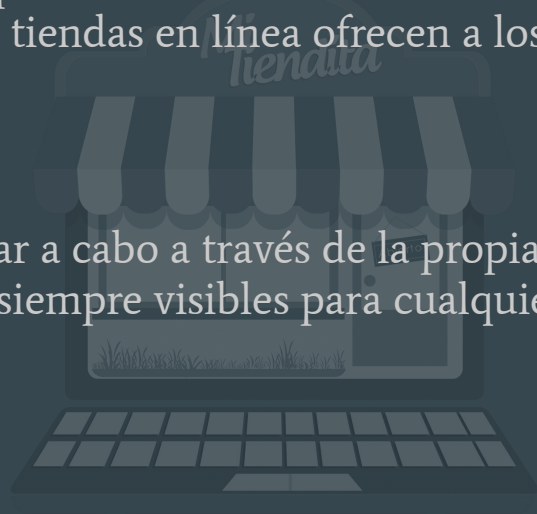
La definición de ecommerce, o en realidad comercio electrónico, se refiere a un tipo de modelo de negocio, que permite, tanto empresas como a particulares, comprar y vender productos a través de Internet dentro de un mercado virtual.

Los vendedores de productos y servicios ponen a disposición de sus clientes una página web (o aplicación informática) en la que se pueden observar imágenes de los productos, leer sus especificaciones y finalmente, adquirirlos.

Este servicio le da al cliente rapidez en la compra, la posibilidad de hacerlo desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora del día.

Algunas tiendas en línea incluyen dentro de la propia página del producto los manuales de usuario de manera que el cliente puede darse una idea de antemano de lo que está adquiriendo. Igualmente, muchas tiendas en línea ofrecen a los compradores la posibilidad de calificar y evaluar el producto.

Estas valoraciones se pueden llevar a cabo a través de la propia página o a través de aplicaciones de terceros, estando siempre visibles para cualquier visitante de la web.



Surgimiento de las tiendas virtuales

Seguro no lo imaginabas, pero el primer paso que se dio para lo que hoy conocemos como ecommerce, en el planeta, fueron las ventas por catálogos en los años 20 y 30 del siglo XX en Estados Unidos.

Este modelo de negocio rompió con todo lo establecido, porque le permitía a los consumidores ordenar sus productos preferidos sin salir de casa.

Aquí la industria se dio cuenta de que el consumidor deseaba comprar, pero con la comodidad de evitar ir hasta una tienda física y llevar los productos consigo al hogar.

La venta por catálogo evolucionó gracias a la expansión del teléfono por toda la nación estadounidense y lo que se usaba como medio de comunicación con familiares y amigos, se convirtió en la herramienta maestra de los vendedores.

Los pedidos telefónicos cambiaron el modelo de negocio de muchas empresas, ya que pudieron entender que había un mercado real y abundante en este sector, y que los métodos tradicionales no eran la única forma de hacer dinero.



En el año 1914 la empresa de envío de dinero, Western Union, lanzó la herramienta financiera conocida como tarjeta de crédito al mercado.

Pero no fue hasta los años 50, con la popularidad de las compras telefónicas, que el público se dio cuenta de su valor y utilidad, ya que no había que estar presente ni tener dinero físico para pagar sus productos y servicios.



Evolución del ecommerce

En el año 1960, se inventa una herramienta que lo cambiaría todo. El Electronic Data Interchange o EDI, una plataforma que le facilitaba a las empresas transmitir datos financieros de manera electrónica, como órdenes de compra y facturas.

Esta etapa fue fundamental para la venta por catálogos y telefónica gracias al surgimiento de las televentas. Donde, entre programas de televisión, se exhibían demostraciones de productos y permitían que los consumidores llamaran para ordenar estos productos y pagarlos con tarjetas de crédito.

A finales de la década de los 70, el inglés Michael Aldrich creó un concepto revolucionario, que consistía en conectar una televisión doméstica modificada vía teléfono a una línea multiusuario de procesamiento computarizado.

En otras palabras, logró hacer las primeras transacciones electrónicas informáticas de ventas.



El Internet vino para adoptarlo todo.

El levantamiento de las restricciones del Internet en 1991 para uso de fines comerciales, fueron los hitos que permitieron el salto real y evidente de la historia del comercio electrónico a lo que podemos ver hoy en día.

El acceso generalizado a Internet en los hogares ha sido un catalizador fundamental para el crecimiento exponencial de las tiendas en línea.

La comodidad de poder navegar y realizar compras desde la comodidad del hogar ha revolucionado la forma en que las personas consumen productos y servicios.

Con la conexión a Internet en casa, los consumidores pueden explorar una amplia gama de opciones de productos, comparar precios y características, leer reseñas de otros usuarios y realizar compras con tan solo unos clics.

Esta accesibilidad ha derribado barreras geográficas y horarias, permitiendo que las tiendas en línea alcancen a clientes en todo el mundo las 24 horas del día, los 7 días de la semana.



Además, el Internet en casa ha fomentado la confianza del consumidor al proporcionar un entorno seguro y familiar para realizar transacciones, lo que ha contribuido aún más al crecimiento y la expansión del comercio electrónico.



Algunas plataformas de ecommerce

Sitios web como eBay, Amazon, que se mantienen operativos en la actualidad y, no solo eso, son líderes indiscutibles de la industria, fueron el último paso para la consolidación del ecommerce como un modelo de negocio viable, rentable y exponencial, agregando métodos de entrega como el dropshipping.



Shopify es conocida por su facilidad de uso y su amplio ecosistema de aplicaciones y temas, lo que la convierte en una opción ideal para los principiantes que desean lanzar rápidamente su tienda en línea.



Independientemente de la plataforma elegida, todas ofrecen características básicas como la gestión de productos, carritos de compra, opciones de pago seguras, herramientas de marketing y análisis de datos. Sin embargo, es importante considerar factores como el presupuesto, la escalabilidad, la facilidad de uso y las necesidades específicas del negocio al seleccionar la plataforma de ecommerce adecuada.



El ecommerce en la actualidad.

Con la llegada del internet y las redes sociales, el ecommerce a dado un salto enorme, habiendo muchísimas plataformas en las cuales exhibir un negocio, ofrecer servicios y productos; siguen apareciendo más y más plataformas.

Tanto ha sido el auge de este tipo de comercio, que ya no es necesario optar por tu propia plataforma o requerir una tercera.

Con la llegada de los pagos electrónicos y plataformas bancarias; ahora con tan solo un perfil en redes sociales donde se puedan mostrar los productos o servicios ofrecidos por el negocio ya se puede llamar un negocio virtual.

Es tendencia las tiendas virtuales por medio de redes sociales, han tomado mucha fuerza y siguen creciendo, tan solo se transfiere el dinero del producto deseado y el negocio se encarga del producto.



El negocio en línea ha llegado para quedarse.

Es evidente que el comercio electrónico no es simplemente una tendencia pasajera, sino más bien una fuerza disruptiva que continúa moldeando el panorama empresarial global.

La accesibilidad a Internet, la proliferación de dispositivos móviles y la evolución de las plataformas de ecommerce han democratizado el proceso de crear y gestionar un negocio en línea, permitiendo que emprendedores de todos los ámbitos puedan alcanzar a audiencias globales y competir en un mercado cada vez más competitivo.

Sin embargo, aunque las oportunidades son abundantes, también existen desafíos que deben abordarse, como la competencia feroz, la seguridad cibernética y la satisfacción del cliente.

En última instancia, el éxito en los negocios en línea no se trata solo de vender productos, sino de crear experiencias memorables y construir relaciones sólidas con los clientes.

Al enfocarnos en la innovación, la calidad y el servicio al cliente, podemos aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el comercio electrónico y llevar nuestros negocios al siguiente nivel en la era digital.

