

El comercio electrónico como estrategia de negocio

Concha Mayoral Palay

La economía digital ha creado nuevos productos y servicios que pueden adquirirse electrónicamente por empresas y consumidores. La rápida adopción de Internet ha supuesto el vehículo idóneo para la expansión de esta nueva forma de comercio, que requiere estrategias diferentes para acceder a los mercados. La evolución de los negocios interactivos en los próximos años representa un desafío emocionante, no exento de riesgos, que traerá consigo la consolidación del negocio electrónico. Los desajustes actuales entre una oferta limitada y una demanda insatisfecha se corregirán y sólo las empresas que cuenten con estrategias para anticipar el mercado serán las ganadoras. Actuar en tiempo Internet y familiarizarse con la cultura del riesgo, sin que la posibilidad de equivocarse frene iniciativas de empresarios innovadores, son las claves para que Europa aproveche el potencial, que indudablemente tiene, en la era digital.

Palabras clave: Comercio electrónico, estrategia de negocio, tiempo Internet.

The Digital Economy has created new products and services which can be purchased by electronic means both by businesses and consumers. The speed with which Internet is expanding has been determinant for the diffusion of this new form of commerce, which requires new strategies to approach the markets. The evolution of interactive businesses in the next few years is going to present a fascinating challenge —not devoid of risks— which will result in the consolidation of electronic business. In Europe, the keys to fully take advantage of the many benefits of the digital era will be in the first place, to learn to operate in Internet time and then to adopt the risk taking mentality, so that the fear of erring will not deter initiatives from innovators and entrepreneurs.

Key words: Electronic commerce, business strategy, Internet time.