This document was translated from English by machine and may contain mistakes. The English original is at https://www.novaracg.com/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-marketplaces/.

El supuesto de 1998 detrás de la mayoría de los mercados en línea

Heather Grizzle · March 14, 2026

La mayoría de los mercados todavía asumen que los humanos navegan por categorías. El comercio agéntico cambia el descubrimiento a medida que los agentes de IA consultan datos estructurados de confianza en lugar de escaparates.

Contenidos

1. Cómo los grandes almacenes se trasladaron a internet
2. Un patrón que se consolidó como estándar
3. La suposición también moldeó las palabras
4. Por qué la puerta principal importa menos

La mayoría de los mercados digitales de hoy siguen operando bajo una suposición arquitectónica que se remonta a los primeros tiempos de internet comercial: una persona abre un navegador web, llega a una página de inicio y comienza a navegar por categorías hasta localizar el producto o servicio que necesita.

Cómo los grandes almacenes se trasladaron a internet

Este modelo surgió a finales de la década de 1990, cuando las primeras plataformas de comercio electrónico tuvieron que resolver un problema sencillo pero poco familiar. Los consumidores estaban pasando de las tiendas físicas a un entorno digital donde el inventario ya no era visible en los estantes. Para compensarlo, los sitios web recrearon la estructura de unos grandes almacenes. Las categorías reemplazaron a los pasillos. Las páginas de producto reemplazaron al empaquetado. Los menús de navegación actuaban como carteles que guiaban a los clientes por la tienda.

Toda la experiencia se diseñó en torno a la exploración visual por parte de un usuario humano. La página de inicio funcionaba como la entrada principal. Las barras de bús-

queda y los filtros ayudaban a reducir las opciones. Los listados de productos mostraban imágenes, valoraciones y descripciones que permitían a una persona comparar opciones a su propio ritmo.

Un patrón que se consolidó como estándar

Con el tiempo, ese patrón de diseño se consolidó como la arquitectura estándar de casi todos los mercados digitales. Las plataformas invirtieron fuertemente en optimizar los elementos que favorecen la navegación humana: motores de recomendación, banners promocionales, carruseles de productos e interfaces de búsqueda cada vez más sofisticadas. El éxito se medía con métricas como la tasa de clics, el tiempo en la página y los embudos de conversión que rastreaban cómo una persona se movía paso a paso por el sitio.

Incluso a medida que la tecnología avanzaba, la suposición subyacente rara vez cambiaba. El mercado se seguía imaginando como un lugar donde una persona “entraba”, de forma parecida a entrar en una tienda. El descubrimiento comenzaba con una página de inicio y se desplegaba a través de la navegación visual.

El mercado se seguía imaginando como un lugar donde una persona “entraba”, de forma parecida a entrar en una tienda.

La suposición también moldeó las palabras

Esta suposición moldeó no solo el diseño de la interfaz de usuario, sino también la forma en que se describían los servicios y productos. Los listados se redactaban principalmente como contenido de marketing destinado a persuadir a un lector humano. Las credenciales, capacidades y garantías a menudo se incorporaban en descripciones narrativas en lugar de presentarse como información estructurada.

Durante más de dos décadas este enfoque funcionó porque el comprador, el proceso de evaluación y la decisión final estaban todos impulsados por humanos. La plataforma existía para guiar a una persona a través de una secuencia de elecciones visuales hasta llegar a una compra.

Por qué la puerta principal importa menos

Pero esa arquitectura refleja un mundo en el que los humanos realizan por sí mismos todo el proceso de descubrimiento. A medida que los agentes de software autónomos comienzan a participar en la búsqueda y la contratación, la suposición de que toda transacción comienza con una persona haciendo clic a través de una página de inicio empieza a debilitarse. La "puerta principal" del mercado, antes el punto de entrada central del comercio digital, cobra menos importancia cuando el descubrimiento puede producirse mediante consultas estructuradas en lugar de la navegación visual.

LA SUPOSICIÓN HEREDADA

Casi todos los mercados siguen suponiendo que el descubrimiento comienza con un humano en una página de inicio, navegando visualmente hacia una decisión.

TIPS

Know something about a sign language AI system that the public should know? Send it to tips@novaracg.com. Every tip is read by me and kept confidential. If you work in the UK, writing to us is not by itself a protected disclosure under the Public Interest Disclosure Act 1998, so before you share employer information, check your options with Protect (protect-advice.org.uk), the free whistleblowing advice line.

Cómo citar

Grizzle, H. M. (2026, March 14). El supuesto de 1998 detrás de la mayoría de los mercados en línea. Novara Consulting Group. https://www.novaracg.com/es/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-market-places/