A picture containing drawing

Description automatically generated

**Ensayo**

*Nombre del Alumno: Rene Alexander Ramos Gómez*

*Nombre del tema: Evolución del encomerce*

*Parcial: III Unidad.*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Edwin Montes*

*Nombre de la Licenciatura: Medicina humana.*

*Semestre: 7mo.*

*Lugar y Fecha de elaboración*

**Introduccion**

Se entiende por comercio electrónico a todas aquellas**transacciones comerciales que se llevan a cabo utilizando Internet como medio**. El uso de Internet como medio para realizar las transacciones comerciales es muy amplio, además de variado. De esta forma, se puede hablar de comercio electrónico cuando se compra a través de una página web de un productor concreto, cuando se hace a través de una plataforma de ventas digitales, o cuando se hace a través de un Smartphone o tableta.

Aunque el comercio electrónico puede parecer muy reciente, en realidad **data del año 1981**. Ese año se llevó a cabo la primera transacción comercial usando Internet, cuando **Thompson Holidays** conectó a sus agentes de viajes para que pudieran tener acceso a los productos disponibles haciendo uso de Internet en tiempo real. El siguiente punto de inflexión en la evolución del comercio electrónico se sitúa una década después, cuando en 1991 la **NSF** (National Science Fundation) aprobó el uso de internet para fines comerciales.

Un año después, en 1992, surgió el primer proyecto de tienda online propiamente dicho. Inicialmente se trató de un sistema que imitaba a los tradicionales tablones de anuncios y que permitía que los usuarios vendieran y compraran libros. Más adelante, esta página evolucionó hasta convertirse en Books.com. Dos años más tarde, en 1994, **Netscape** implementó SSL, lo que permitió el envío de datos personales a través de Internet de manera segura, lo que también supuso un paso importante en la evolución del comercio electrónico a nivel mundial.

Otro de los puntos de inflexión más importante en la evolución del comercio electrónico se debió a la irrupción de la tecnología celular. De hecho, fue Coca cola la primera empresa que, en 1997, implantó un sistema que permitía realizar compras de sus productos a través del teléfono celular. Un año más tarde, en 1998, se fundó Pay pal, lo que supuso un nuevo impulso al comercio electrónico gracias a las **facilidades y seguridad en el pago** que ofrecía. Por otro lado, en el año 2006, google lanzaría su propia forma de pago online mediante **Google Checkout.**

**Desarrollo**

La evolución del comercio electrónico ha permitido que **en menos de 40 años** se haya convertido en un sector que mueve millones de dólares en todo el mundo y que crece de manera exponencial año tras año. A medida que el desarrollo de TICS avanza, y gracias al uso de plataformas de logística que permiten solucionar los problemas que planteaba la distribución de las mercancías compradas online, el comercio electrónico se ha convertido a día de hoy en **la opción preferida por muchos clientes**, constituyendo un claro ejemplo de cómo la irrupción del comercio electrónico ha supuesto incluso una transformación social innegable en los hábitos de compra. Por todo lo anterior, todo parece indicar que, en las próximas décadas, **el sector continuará con su expansión** y con el **asentamiento en aquellas zonas en las que todavía no está plenamente instaurado**, convirtiéndose en el principal pilar del comercio mundial en los próximos años.

Desde la aparición de Internet, las empresas buscaron nuevas formas para acercarse a los públicos a través del comercio electrónico, la red de redes siguió su propia transformación hasta su forma más personalizada: las redes sociales. Con este cambio en la forma en que los usuarios se conectan, interactúan y consumen, surge una nueva forma de posicionar productos en el mercado. Así nace el llamado i-commerce (instant commerce), que consiste en una forma de vender sin que los clientes abandonen la página donde se encuentran 7 de cada 10 usuarios en México se conectan a las redes sociales más populares como Twitter, Instagram o Facebook desde su dispositivo móvil. El i-commerce utiliza formas de interacción directa que permiten al consumidor hacer sus compras sin mayor complejidad, directamente desde donde se encuentran sin necesidad de abrir otra página, las empresas convierten sus “likes” en compras instantáneas.

El e-commerce ha evolucionado tan rápidamente como cambian las formas de interactuar en la red. Las necesidades del consumidor han ido cambiando, la gente quiere comprar ya sea en línea o físicamente y pagar de la forma más rápida y segura. Con un crecimiento acelerado respecto a la cobertura de internet en México, el incremento de usuarios de smartphone y, ante los nuevos modelos de negocios y de comunicación, cada día se sumarán nuevos jugadores como comercios, fabricantes de dispositivos, operadoras, bancos, entidades financieras, redes de pago y una infinidad de servicios asociados a ellos.

Dependerá entonces de las marcas estudiar a su mercado para tener una capacidad de respuesta rápida frente a un mercado exigente y globalizado como el actual.

En la década de 1980 se perfeccionó el método de venta por catálogo haciendo uso de la televisión para mostrar los productos de las marcas y ofrecer la posibilidad de realizar la compra llamando al número que aparecía en pantalla. Así llegó a nuestras vidas la televenta.

La televisión **permitió visualizar con mayor realismo y de forma más minuciosa las peculiaridades de los artículos** y, con ello, obtener una idea mucho más auténtica sobre los mismos. Los usuarios podían realizar la compra mediante sus tarjetas de crédito y recibir posteriormente el producto en sus hogares.

**Conclusiones**

Las grandes innovaciones de las últimas décadas, el incremento en el uso de los dispositivos móviles y la sencillez en la posibilidad de realizar compras por Internet ha dado lugar a que **los ecommerce se hayan convertido en las plataformas por excelencia en la historia del comercio electrónico.**

Nuestros hábitos de compra han cambiado y cada vez son más los usuarios que prefieren realizar sus compras vía online en lugar de desplazarse hasta un establecimiento físico. Como se ha podido observar a lo largo del artículo, el comercio online ha ido evolucionando a lo largo de los años, convirtiéndose en un**canal con gran protagonismo e importancia para la realización de compras**. Así, cada año se han ido superando las cifras de facturación y transacciones en este medio.

**Referencias**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Baena MR. La historia del comercio electrónico: origen y evolución - App&Web [Internet]. App&Web. 2020 [citado el 26 de noviembre de 2023]. Disponible en: https://www.appandweb.es/blog/historia-comercio-electronico/ |

|  |  |
| --- | --- |
| 2. | Pickers S, Paulina Santamaría Psychology Advisor PL. La evolución del comercio electrónico [Internet]. Investigación de mercado. 2018 [cited 2023 Nov 26]. Available from: https://newsroom.psyma.com/mx/themen/consumo-retail/la-evolucion-del-comercio-electronico/ |

|  |  |
| --- | --- |
| 3. | Evolución del Ecommerce en México [Internet]. Robertwalters.mx. [cited 2023 Nov 26]. Available from: https://www.robertwalters.mx/tendencias-de-talento/consejos-de-contratacion/blog/evolucion-ecommerce-mexico.html |