



Ensayo

Nombre del Alumno: José Francisco Pérez Pérez

Nombre del tema: Historia y evolución del Ecommerce

Parcial: 3er

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Dr. Edwin Yoani López Montes

Nombre de la Licenciatura: Medicina Humana

7º semestre

INTRUDUCCIÓN

A finales de la década de los años novneta, la tecnología comenzó a tener mayores avances, de los cuales la informática y la expansión de las telecomunicaciones creció a nivel global por lo que muchas empresas vieron eso como una grandisima oportunidad para aumentar el número de ventas. Entonces, estas se hicieron particepes del mundo de la tecnología y usarlo como estrategia, el cual funcionó.

Aunque de forma simple, podemos definir al comercio electrónico como la compraventa o intercambio de bienes o servicios a través de medios electrónicos. Existen diversas opiniones que consideran otros elementos que intervienen en el intercambio comercial.

ECOMERCE

La Organización Mundial del Comercio define el comercio electrónico como: *“La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes o servicios, ya sea entre empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas, realizadas en redes mediadas por computador”*¹.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico lo ha definido como: *“La compra o venta de bienes o servicios, ya sea entre empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas, realizadas en redes mediadas por computador”*².

David van Hoose lo define como: *“Cualquier proceso que conlleva el intercambio de propiedad o el uso de derechos para bienes y servicios vía electrónica vinculando dispositivos y comunicando interactivamente dentro de la red”*³.

En el comercio tecnológico se utilizan 2 conceptos que son considerados principales y son: red y transacción. La red se refiere un tipo de tecnología que se le otorga la funcionalidad de llevar a cabo transacciones, de los cuales únicamente se centran en el internet, teléfono, fax y cualquier otro relacionado a la tecnología. La transacción encontramos la clave para tratar al comercio electrónico como una actividad económico-comercial única.

El comercio electrónico ofrece diversas bondades a todos los diferentes agentes económicos. Los consumidores tienen ventajas, como evitar costos de desplazamiento, una mayor oferta de productos y servicios, costos menores de ciertos productos en comparación con el mercado físico. Por parte de las empresas, encuentran menores barreras de mercado, una mayor cantidad de clientes potenciales, en muchos casos reducción de costos en el establecimiento de la empresa, pues muchas de ellas no necesitan un espacio de venta al cliente presencial. Otros de los grandísimos beneficios que ofrece el comercio electrónico es la reducción de la desigualdad en el consumo, ya que gracias a esta plataforma tecnológica es posible la adquisición de productos que es imposible adquirir en

ciudades pequeñas, donde de manera física resulta muy costoso y en algunos casos hasta imposible. Jingtin Fan (un profesor del departamento de negocios internacionales de la universidad de Pennsylvania) dijo: “El comercio electrónico elimina a las empresas la necesidad de establecer redes de distribución y tiendas físicas, con lo que se logra la cercanía con más consumidores; sin duda un círculo virtuoso que beneficia a empresas y consumidores. Finalmente, la economía se ve beneficiada, a decir de Milong, debido a que el comercio electrónico permite una mayor eficiencia en la asignación de los recursos, dado su fuerte encadenamiento con otras industrias y su gran flexibilidad en comparación con otras del mercado”⁴.

El comercio electrónico es una actividad económica que desde los años setenta comenzó a hacer su aparición en los Estados Unidos, y evolucionó hasta la forma en como lo conocemos hoy. Considerando que la principal característica del comercio electrónico es el uso de la tecnología, la evolución de los dispositivos y aplicaciones tecnológicas ha favorecido por tanto a la transformación y mejora continua del sistema comercial electrónico. Si tomamos en cuenta la relación comercio electrónico, se debe advertir que han existido diversos momentos históricos en el desarrollo de las transacciones comerciales electrónicas. La más reciente y el origen de la etapa actual comienza hace treinta años, de los cuales su mayor impacto tiene lugar a partir de los 2000, momento en que el comercio electrónico toma fuerza y se extiende su uso a un número considerable de agentes comerciales.

La evolución del comercio electrónico hasta el día de hoy se ha dividido en cinco etapas:

- La pre-web (1987-1992) durante esta etapa surge la primera cuenta mercantil electrónica por SWREG empresa pionera en la venta de software para pagos en línea. En 1990, una de cada dos mil personas en el mundo usaban Internet. En este año también se presenta la patente del Asymmetric Digital Subscriber Line, tecnología que hace posible un acceso a Internet de banda ancha, lo que hace una experiencia mucho más rápida de navegación

comparado con el módem. El costo de acceso a internet era de seis a cuarentay ocho dolares por hora.

- El lanzamiento de la web (1987-1992): durante este periodo surge el primer navegador Web comercial, denominado Mosaic, que mas tarde, en 1994, se convertiría en netscape. En 1995, el gigante de la industria de software, Microsoft windows 95. Durante el mismo año, surgen en estados unidos dos de los primeros sitios web dedicados a la compra y venta de productos en línea: e.bay y amazon
- La era puntocom ocurrido de 1997 a 2002: durante esta etapa existen ya en el mundo quinientos millones de usuarios de internet; en 1997, Dell registra ventas en lines que superan el millon de dolares. Para el 2002, en Estados Unidos uno de cada dos usuarios de internet ha comprado al menos un artículo en línea.
- El nacimiento de Google (2002-2007): un proyecto puesto en marcha por Larry Page and sergej brin en 1995 en la universidad de stanford luego se convierte en google. El marketing online se convierte en la fuerza impulsora en el comercio electrónico; en Estados Unidos, para 2002, cuenta por ciento de los usuarios comprado algo en linea; en el mismo año, e-Bay adquiere Paypal, en 2003 se lanza Myspace; en 2004 nace la mundialmente famosa red social, facebook.
- El regreso de Apple de 2007 a 2012; apple, empresa lider en el mercado de software y equipo de computo, en competencia directa con Microsoft, revoluciona el mercado con el lanzamiento de importantes productos, con el iPhone. Para el 2008, Google lanza Android, una aplicación para telefonos; para el 2011, ocho de cada diez personas cuentan con teléfonos celulares, y dos de cada diez teléfonos son inteligentes.

Por otra parte, microsoft concibe al comercio electrónico en dos grandes etapas: el e-commerce 1.0 y e-commerce 2.0. La primera categoría habla de las empresas tradicionales que hacían uso de la web solo para crear presencia en linea creando

escaparates de sus productos, finalizando la compra a través de una llamada telefonica, o incluso invitando al cliente a asistir a su tienda fisica.

Las empresas en linea debe tomar en cuenta que deben de ser competitiva en el mundo del internet: catalogo de productos, carritos de compra, proceso de registro, proceso de ventas, motor interno de busqueda, motor de recomendaciones, certificado de seguridad, gestion de stocks, integracion de sistemas de gestion. Los aspectos economicos y legales que implican este tipo de transacciones, como los contratos, la entrega del producto y la forma de pago, son aspectos de suma trascendencia para el crecimiento continuo del comercio electronico. Las ventajas que ofrece el comercio electronico a las empresas son el aumento de ventas: vendiendo casi cualquier cosa en linea en cualquier parte del mundo; la rapida adaptaci3n al mercado: modificando actualizando la informacion en el momento deseado, ademas, es posible intercambiar informacion en el momento deseado: ademas, es posible intercambiar informacion en tiempo real traves de los sistemas habilitados en internet, que conduce a mayores eficiencias de producci3n. La eliminacion de costos de las redes de venta tradicionales; aumento de la cuota del mercado, atrayendo mas clientes con servicios y productos mas atractivos; mejor gestion de la cadena de distribucion: agilizando la distribucion de informacion, datos y bienes a tiempo real en todo el espectro empresarial, centrandose en los clientes, distribuidores, empleados y socios empresariales, con el fin de mejorar la eficiencia en la red empresarial, centrandose en los clientes, distribuidores, empleados y socios empresariales, con el fin de mejorar la eficiencia en la red empresarial.

Tiene ademas el potencial de generar beneficios para los proveedores y vendedores, incluyendo reducci3n de costos en la transaccion, reducci3n de las barreras de entrada al mercado, las innovaciones de productos. Una fuente de reduccion de costos de transaccion es la posibilidad de prescindir de los intermediarios tradicionales.

CONCLUSIÓN

Las actividades económicas a lo largo de las últimas décadas han experimentado importantes cambios a nivel mundial; si bien a partir de finales de la década de los sesenta, con la llegada de la tecnología y el internet, la economía había mostrado importantes transformaciones, no es sino hasta finales de la década de los ochenta y basado en el proceso de globalización, entendido, este, de acuerdo con el Banco Mundial, como la integración interaccional de los mercados de bienes, servicios y capitales.

Referencias bibliograficas

1. Consejo General de la Organización Mundial de Comercio, "Work Programme on Electronic Commerce: Adopted by the General Council on 25 september 1998
2. Organización for Economic Co-operation and Development, Guide to measuring the information society-2011
3. Van Hoose, Davidm e. commerce economis, ohio, Baylor university, south western thomson learning 2003
4. El comercio electronico y principios economico-comerciales, de la biblioteca juridica virtual del instituto de investigaciones juridicas en la universidad nacional autonoma de méxico