**ANTECEDENTES**

El comercio a través de la historia empezó a existir con el fin de satisfacer necesidades básicas, en un inicio las maneras de practicar el comercio eran a través de intercambios de productos (tales como frijol, maíz, cacao, etc.). La moneda fue el segundo método para poder adquirir productos en otras palabras, para realizar comercio. La moneda más significativa fue la hecha por oro, este era el único medio con el que se podía comercializar entre diferentes pueblos.

Tal y como lo expresa (Alvarez, 2016): “los países europeos estaban muy interesados en el oro y las joyas de América, las rutas de comercialización se establecieron, siendo las más importantes la ruta de la seda, de las especies, del armamento, entre otras”. Este fue el punto de partida para que el comercio latinoamericano en general pudiera salir a flote al extranjero y pudiera así también tener relación directa con el comercio internacional, aunque para ese tiempo la manera de transportar los productos era por medio de transporte marítimo o terrestre.

Para los años 90’s el comercio como tal sufriría un cambio más que notable, esto debido al surgimiento del internet y por ende hubo muchas otras formas más fáciles de poder vender y también comprar productos, actualmente se le conoce como el comercio electrónico (e-commerce, por su traducción al inglés).

Según como lo menciona (Alvarez, 2016) “La primera forma de comercializar dentro del comercio electrónico, fue publicarse en una página web. Empresas de consumo masivo vieron el potencial y el alcance de poner los productos en internet, que decidieron invertir en tecnología y abrir una nueva ruta de comercialización, el internet.” De esta manera es que las ventas en línea han ido incrementando muy notablemente alrededor de todo el mundo.

Tal y como lo expresa Steven y Malone en el libro Dirección de Ventas, citado en (Sitán, 2016) la venta online abarca mucho más mercado que una venta tradicional, en las ventas online se publica el producto a vender con sus respectivas características, detalles, precio, etc. Esto a través de internet y el principal medio es una página web. Por lo tanto, atrae considerablemente más la atención de los usuarios que navegan por internet ofreciendo un acceso rápido a los detalles y características del y una disponibilidad de hacer compras a cualquier momento del día.

Así mismo Forrester citado en (Alvarez, 2016) indica que para los años 2000 los productos comercializados a través de internet oscilaban entre los 27,3 billones de dólares anuales, luego en el año 2010 los ingresos a través de las ventas en línea llegarían hasta los 603 billones de dólares, y para el 2015 se reportó la cantidad de 1.445 billones de dólares en todo el mundo.

Las ventas en línea en Guatemala tuvieron inicio a mediados de los 90, esto ciertamente represento ganancias económicas a las primeras empresas en presentar páginas web. A medida de lo posible son muchas empresas que han comenzado a introducirse al mundo del comercio electrónico, aunque en un inicio la cobertura de internet en Guatemala era muy poca y tuvo un avance despacio, actualmente las empresas de telecomunicaciones han abarcado muchas zonas del país y debido a la evolución y accesibilidad de los dispositivos móviles inteligentes se ha podido llegar a muchos más usuarios representando una opción factible de empezar con un negocio electrónico (Alvarez, 2016).

En Guatemala según lo menciona (Del Río & Navío, 2020) para el año 2020 el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala registro la cantidad de 18.065.725 habitantes en todo el país, y a pesar de que no se cuenta con buena infraestructura y cobertura de internet que apenas la señal 4G empezaba a llegar a todo el territorio nacional, se reportó la cifra de 11,4 millones de personas conectadas a internet, esto en parte se debe a la accesibilidad que hay por parte de los guatemaltecos a los dispositivos móviles inteligentes, llegando así al año 2018 a disponer del 88% de la población de Guatemala con un teléfono celular propio, facilitando de esa manera la conexión a una red wifi o bien a planes móviles bastante económicos que se adaptan al bolsillo de las personas.

Por tanto, dado a la gran cantidad de usuarios conectados a internet a diario las ventas online abarcan mucho territorio para que las personas puedan adquirir diversidad de productos sin la necesidad de salir de sus hogares, tanto así que para el 2020 se llegó a alcanzar una cifra de 8,3 millones de guatemaltecos realizando compras por internet. Cabe resaltar que esta cifra ha ido en aumento debido en gran parte al resguardo que ha ocasionado la pandémica Covid-19.

Actualmente existe una necesidad muy grande por parte de las empresas o bien negocios de migrar al comercio electrónico, para el 2018 en Guatemala tal y como lo menciona (Del Río & Navío, 2020) se reportaron 50 millones de dólares en ventas de negocios online nacionales, siendo el área de moda en general una de las áreas con más ventas, representando una cifra significativa para que los guatemaltecos puedan apostar por las ventas online en la actualidad, dado a que hay mucho campo en el área digital para las empresas y en el cual se espera que para el 2024 de los 8,3 millones de usuarios se pueda llegar a la cifra 12,2 millones de personas que realicen compras por internet.

De acuerdo con (Rodríguez, 2018) las compras de prendas de ropa y accesorios de moda han crecido a pasos agigantados en las ciudades de Quito y Guayaquil, Ecuador. Tanto así, que la Cámara Ecuatoriano de Comercio Electrónico presentó en el año 2017 una cantidad de 800 millones de dólares en ventas online, gracias a sitios web en internet, por mucho es una cantidad que representa confiabilidad para empezar a de entrarse al comercio electrónico.

En la elaboración del sitio web para ventas online de ropa de la empresa Babalu S.A. (Rodríguez, 2018) establece varios puntos importantes para el desarrollo de la misma tomando como principal etapa la atención debida a los lenguajes de programación bajo los cuales se desarrolla el sitio web. Haciendo un estudio de las tecnologías más apropiadas a utilizar y en las que se tenga un debido conocimiento, el diseño del sitio web es la siguiente etapa teniendo en cuenta que es algo novedoso que cautiva la atención de los usuarios que visitan el sitio web. Por lo tanto, teniendo el diseño definido el sitio web tiene luz verde para el desarrollo. En el desarrollo y al final del mismo las pruebas se hacen presente y aseguran la calidad del producto para luego ser entregado y publicado.

Una aplicación web propia para ventas online cuenta con la integración de diferentes tipos de usuarios los cuales tienen un rol diferente en la gestión y uso general de la misma, según lo señala (Mora, 2020) los usuarios empleados están a cargo de administrar la aplicación web y de dar seguimiento a las compras por internet que realicen los clientes, de igual manera el usuario administrador muestra los mismos privilegios que los empleados pero muestra más jerarquía y posee opciones extras a utilizar en comparación con los empleados. Por su parte el cliente también es parte de los usuarios donde únicamente tiene el rol de realizar compras.

Como parte de la jerarquía de privilegios dentro de la aplicación web (Mora, 2020) propone al superusuario o superadministrador quien obtiene todos los privilegios para gestiona la aplicación como tal y es al propio desarrollador que obtiene este usuario que resuelve cualquier problemática que se presente en el uso de la aplicación web.

Según lo expresa (Sitán, 2016) en su abordaje de ventas online para una ONG las tiendas electrónicas deben contar con elementos fundamentales para su uso y que la experiencia del usuario sea la mejor, en temas de confiabilidad la aplicación web debe tener información propia de la empresa para que el usuario sienta transparencia al realizar una compra, el catálogo de productos es el punto principal donde las personas visualizan cada uno de los mismos que se encuentran en venta, para encontrar un producto en especial el motor de búsqueda agiliza al usuario este proceso y evita hacer demasiado scroll, el proceso de compra y el sistema de pago se adjuntan de pequeños mensajes con información puntual y detallada para que el proceso de compra como tal sea llevado con éxito.