



ECUADOR – MARZO 2015

E - Commerce

Melvin López Franco

Magíster en Administración de Empresa por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero Comercial. Catedrático de la Universidad de Guayaquil.

melvinleonardo@hotmail.com

Karen Giselle Ochoa Quirola

Ingeniero Comercial por la Universidad de Guayaquil. . Catedrático de la Universidad de Guayaquil.

karenochaq@gmail.com

Edgar Wilfrido Ramos Barreno

Master en Diseño Curricular por la Universidad de Guayaquil. Licenciado en Lenguas y Lingüista Inglesa, Catedrático de la Universidad de Guayaquil.

edgarbestfriend@hotmailcom

Resumen

Esta investigación trata acerca del comercio electrónico, es un tipo de actividad de hacer negocios con empresas o personas mediante el uso de la tecnología, además conocer las recomendaciones que se debe tomar al hacer una compra por medio del internet. Además saber qué pasos debe seguir y cuanto tiempo de esperar si realiza la compra y si se pueden presentar inconvenientes los pueda resolver en menos tiempo. Debe tener presente que su información es confidencial y no se la puede dar en cualquier página de internet, evitando así cualquier tipo de fraude.

Comercio electrónico, Negocios, Recomendaciones, Tecnología, Fraude.

Abstract

This investigation treats about the e-commerce, it is a type of activity to make businesses with enterprises or appear in person by means of the use of the technology, moreover know the recommendations that it must take when making a purchase by means of the Internet. Moreover knowledge what steps must follow and as much as time to wait if it carry out the purchase and if they can present inconvenients can turn into them less time. It must remember that your information is confidential and she is not can hit any page of Internet, avoiding so any type of fraud

E-commerce - businesses - recommendations - technology - fraud

1. INTRODUCCIÓN

Tecnología

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen un papel fundamental en la sociedad actual y su vida cotidiana: su impacto no solo ha cambiado la forma de interactuar entre las personas sino que también ha supuesto una revolución para el sector empresarial. Dentro de éste ámbito el comercio electrónico está creciendo a un ritmo vertiginoso en los últimos años, de tal forma que la población ha comprado por Internet a lo largo de 2013¹.

Para las empresas.²

El comercio electrónico realizado entre empresas es llamado en inglés *business-to-business* o B2B. El B2B puede estar abierto a cualquiera que esté interesado (como el intercambio de mercancías o materias primas), o estar limitado a participantes específicos pre-calificados (mercado electrónico privado). Algunas de las virtudes son:

- **Mejoras en la distribución:** La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, como por ejemplo en la industria del software, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios.
- **Comunicaciones comerciales por vía electrónica:** Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la Web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de los productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes; esto facilita las relaciones comerciales, así como el soporte al cliente, ya que al estar disponible las 24 horas del día, las empresas pueden fidelizar a los clientes mediante un diálogo asincrónico que sucede a la conveniencia de ambas partes.
- **Beneficios operacionales:** El uso empresarial de la Web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen los costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez.
- **Facilidad para fidelizar clientes:** Mediante la aplicación de protocolos y estrategias de comunicación efectivas que le permitan al usuario final del portal web de la compañía plantear inquietudes, levantar requerimientos o simplemente hacer comentarios con relación a los productos o servicios de la misma, y si y solo si estos comentarios son debidamente procesados se puede crear un elemento importante para lograr la fidelización de los clientes, y en consecuencia aumentar la re-compra de productos y servicios, así como también la ampliación del rango de cobertura en el mercado.

Marketing Electrónico³

¹ Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. El Comercio Electrónico y el uso de las nuevas tecnologías. Oficina Estadística Unión Europea. Eurostat. Instituto Nacional de Estadística Disponible <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0>

² http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico

³ Gaitán Juan José - Pruvost Andrés. Marketing Electrónico.

Los autores Gaitán Juan José - Pruvost Andrés El Marketing electrónico consisten en utilizar todo el potencial interactivo de la Internet en la comunicación con el mercado objetivo. Adicionalmente indica que el internet provee a las herramientas tradicionales de comunicación de características únicas. Tales como:

- Permite una comunicación de doble vía con el cliente en tiempo real, lo que permite establecer relaciones a largo plazo
- Los mensajes son recibidos al mismo instante y pueden ser adaptados para cada destinatario
- La información es accesible las 24 horas
- Permite una construcción dinámica de la imagen de marca de la empresa
- Permite proveer mayor cantidad de información a un costo mínimo
- Hace realidad el sueño de quienes practican el marketing directo, permitiendo servir a cada cliente como un nicho individual
- Puede integrarse toda la información obtenida por este medio con el resto de los esfuerzos de marketing de la empresa.

E- o Comercio Electrónico

Según el Gobierno de Medellín (2010), El comercio electrónico se refiere a la actividad de hacer negocios con empresas o establecimientos ya sean públicos o privados por medio de la tecnología. Esta tecnología puede ser por e-mail, sitios electrónicos entre otros.

Pago electrónico

Según la Comisión Europea. El pago electrónico se define como todas aquellas operaciones de pago efectuado con una tarjeta de pista magnética o con un microprocesador incorporado, en un equipo Terminal de Pago Electrónico (TPE) o Terminal de Punto de Venta (TPV)⁴

De acuerdo a Rodríguez de las Herras B. (2007). El pago electrónico⁵ es el cumplimiento de la obligación de pago por medios electrónicos. El pago a través de medios electrónicos no necesariamente se realiza en el marco de un contrato Electrónico⁶ ya que “no existe una regla que exija pago manual en contrato manual ni pago electrónico en contrato electrónico”⁷. Es decir, como hacen notar algunos autores, y es evidente en la práctica, puede que un contrato de compraventa de un bien celebrado on line se pague físicamente contra reembolso al momento de la recepción de la mercancía, o puede que un contrato material se abone a través de un medio electrónico de pago, e incluso a través de Internet.⁸

López, J. (2008) indica que: “Los medios electrónicos de pago son mecanismos para efectuar la contraprestación consistente en el pago a través de Internet, ya que no es posible que el dinero en efectivo circule por la red; por ello se utilizan sistemas seguros que permitan al obligado a la contraprestación cumplirla cabalmente y al vendedor recibir el dinero por la prestación realizada, sea cual fuere la prestación”⁹

⁴ COMISIÓN EUROPEA (1987): Recomendación de la Comisión, de 8 de diciembre de 1987, «relativa a un código europeo de conducta referente a los pagos electrónicos», (87/598/CE), [Diario Oficial núm. L 365 de 24/12/1987, 0072-0076]. También se pueden encontrar [En Línea] disponible en Internet: <http://www.europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/124018a.htm>

⁵ Tesis sostenida por la Profesora RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL pago electrónico, El reparto de riesgo y la atribución de responsabilidad en el uso de tarjeta en la contratación electrónica, en RICO CARRILLO, M. (coord.) Derecho de las Nuevas Tecnología. Buenos Aires: La Roca, 2007, p. 322; VICENTE BLANCO, D. Javier. “Medios electrónico de pago y jurisprudencia competente en supuestos de Contratos Transfronterizos en Europa

⁶ VICENTE BLANCO, D.: “Medios electrónico de...” op. cit., p. 276

⁷ ILLESCAS ORTIZ, R. Derecho de la contratación electrónica. Madrid: Civitas, 2001, p. 344.

⁸ VICENTE BLANCO, D J.: “Medios electrónico de...” op. cit., p. 276.

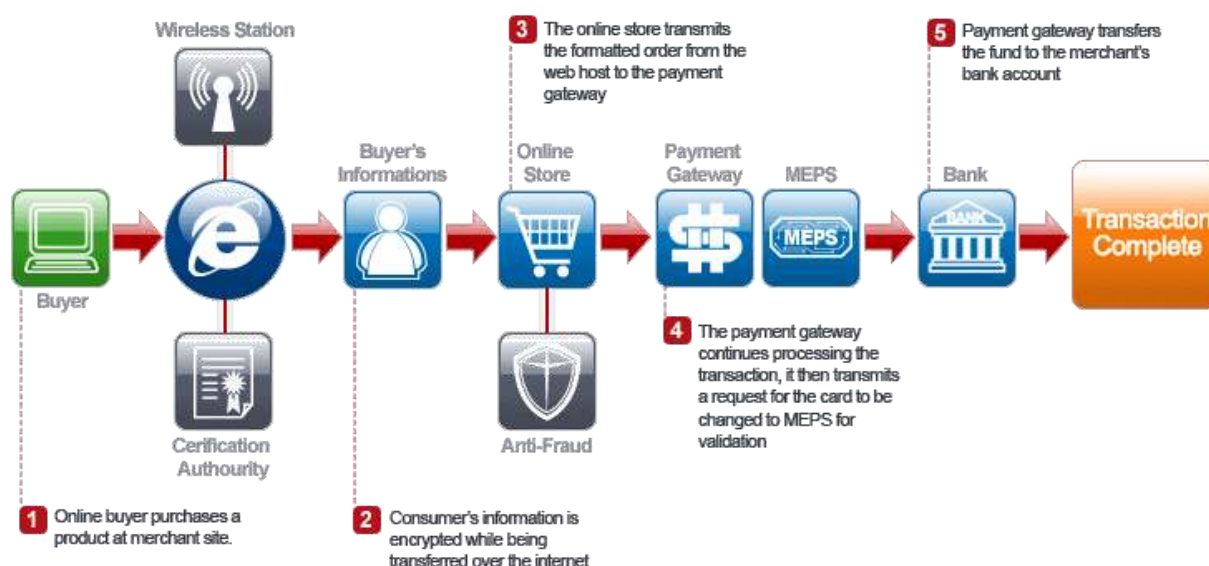
⁹ LÓPEZ PASCUAL, Joaquín y SEBASTIÁN GONZÁLEZ, Altina. Gestión bancaria. Factores claves en un entorno competitivo, 3.ª ed. Madrid: McGRAW - HILL/Interamericana de España, S.A.U., 2008, p. 312.

2. CONTENIDO

E-commerce ¹⁰

Consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Conscientes de estar a la vanguardia, las Pymes no se han quedado atrás en este nuevo mercado, por lo que han hecho de los servicios de la red un lugar que permite acceder a los productos y servicios durante las 24 horas del día.

Imagen No. 1 E-commerce



Fuente: <http://www.aiu.edu/online/AIUFILES/Electronic%20Commerce/Electronic%20Commerce%20Outline.html>

Tipos de comercio electrónico:

- B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general.
- B2B (Business-to-Business): Empresas haciendo negocios entre ellas.
- B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a instituciones de gobierno.
- C2C (Consumer-to-Consumer): Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos.

Ventajas del comercio electrónico en las empresas

- Expandir la base de clientes al entrar a un mercado más amplio.
- Extender el horario de venta las 24 horas del día, los siete días de la semana, 365 días al año.
- Crear una ventaja competitiva.

¹⁰ Guía Práctica para el Desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en México. Disponible en: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico>

- Reducir costos de producción, capital, administración, entre otros.
- Mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias.

Todos estos factores, han permitido que el comercio electrónico haya crecido de manera significativa en los últimos años. Este crecimiento se explica, en gran medida, por la evolución que han mostrado diversos países en aspectos claves para transformar el Internet como un canal de ventas efectivo.

Actualmente el interés por el comercio electrónico ha tenido un incremento ya que existen paquetes tecnológicos con sistemas abiertos que contienen un interfaz que hace que el usuario tenga una mejor experiencia con la infraestructura de la página web con la ayuda del protocolo de transmisión TCP/IP con la configuración cliente/servidor que permite la integración de los sistemas de redes. Este sistema es el que ayuda al incremento del comercio electrónico ya que la tecnología cada vez se difunde de una manera más eficaz en los países de América Latina.¹¹

Imagen No. 2 Análisis del E-commerce



Fuente: <http://pingax.com/predictive-analysis-in-ecommerce/>

En América Latina el volumen del comercio electrónico procede fundamentalmente de Brasil, Argentina y México, que son los países donde las transacciones comerciales por internet superan los 12.000 millones de dólares en tres meses.¹²

Según un estudio de mercado electrónico realizado por el comercio electrónico en América Latina se duplicó en solo dos años, pasando de \$ 21.774 millones a ventas por más de \$ 43.230 millones durante 2011; mientras que en 2012, esta cifra alcanzó los \$ 54.470 millones y en el 2013 alcanzó los \$69.994 millones. Adicionalmente el estudio muestra que el 70% de los habitantes de Brasil, Argentina y Chile gasta al menos 10% de su salario anual en compras en línea.¹³

A su vez el comercio electrónico en Ecuador también sigue dando ingresos ya que la coordinadora de marketing de la aerolínea estableció por medio del sistema de la página web, KLM ha tenido un incremento en ventas alrededor de \$300 millones¹⁴. Existe un arancel a paquetes que ingresen a Ecuador a través del sistema 4x4 (hasta cuatro kilos y hasta 400 dólares) de \$ 42 como valor fijo más los valores que se incurren en la compra que se realiza, un 5% por sobre el valor de los pagos

¹¹ Dans, 2012. Comercio electrónico. Tomado de http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/ecommerce.PDF

¹² Cultura E del gobierno de Medellín, 2012. Disponible en: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/ecommerceenelmundo_080425.aspx El comercio electrónico en el mundo

¹³ América Economic Intelligence, 2012

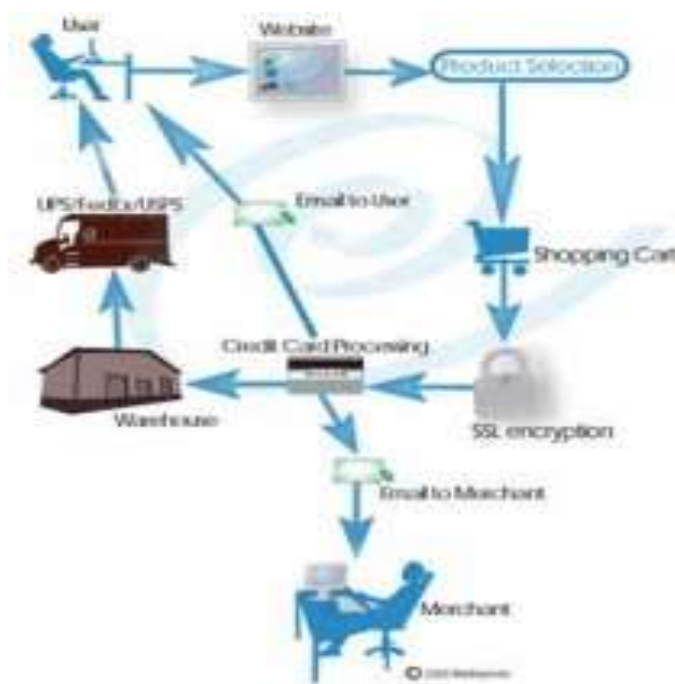
¹⁴ Berru, 2012

realizados en el exterior y adicionalmente el costo de envío mediante mensajería acelerada o Courier, es por ello que se podría disminuir las compras en el exterior, pero igual seguirán comprando porque a veces no se consiguen ciertos artículos en este país o pese a los impuestos sigue siendo conveniente su adquisición por medio de compras electrónicas.

Existen varias formas de comercio electrónico:

La transacción consumidor-consumidor que se lo conoce por las subastas en Internet, sin tener la intervención de una empresa. Se dice que el comercio electrónico de empresa-gobierno es el que menos tiene una aceptación significativa en los países en comparación con empresa-consumidor, ya que como se conoce actualmente un porcentaje alto de la población de América Latina realiza las compras por una página web ya que esta tiene beneficios de comodidad para el cliente ya que este no tiene que moverse de su casa, sino que simplemente con un clic puede obtener lo que desea y recibir el pedido en su casa.

Imagen No. 3 Pasos de Compra por internet



Fuente: <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1174>

El comercio electrónico tiene como ventajas que la información de la página va a ser permanente o puede estar en constante evolución lo que quiere decir que va a ser actualizado cuando sea necesario para darle un buen servicio al cliente. Pero consecuente, esto abrirá nuevos mercados ya que la página atraerá a nuevos clientes y la empresa aumentará su Mercado ya que permite a los clientes una facilidad de compra ya que es una gran comodidad comprar desde el hogar u oficina y recibirlos a domicilio, a su vez también es un soporte al cliente ya que por la web se pueden dar ayudas de soporte de una manera más fácil, interactuando con el cliente.

Por último, tiene una ventaja competitiva ya que la tecnología cada día va incrementando en los países de América Latina pero a su vez se conoce que aún existen países en desarrollo donde la tecnología no tiene un gran porcentaje de uso en la sociedad y existen empresas que no tienen los recursos necesarios o la aceptación de clientes para participar en el comercio electrónico y a su vez no puede competir con otras que si tienen acceso a esta nueva forma de comercio.

Amenazas

Una de las principales amenazas son las múltiples páginas falsas que hay en el internet o las páginas no seguras en las cuales un cliente puede ingresar los datos pero no es lo que pensaban y envían los datos a los cyberdelincuentes.

Recomendaciones de seguridad¹⁵

- **Familiarícese con las condiciones de uso y la política de protección de datos**

Lea la letra pequeña. Las condiciones pueden esconder obligaciones o costes inesperados.

- **Realice compras solamente en sitios web que utilicen cifrado**

Las direcciones web que empiezan por https:// en lugar de http:// (la "s" significa seguro) cifran la información durante las transferencias. Los iconos con candados que aparecen en los navegadores de Internet son otro indicativo de que el sitio web utiliza técnicas de cifrado.

Sin embargo, es imposible garantizar que estos sitios sean seguros, ya que los ciberdelincuentes pueden crear sitios web con cifrado para robar información personal.

- **Proporcione la menor cantidad de información personal posible**

Deje en blanco campos optativos como la fecha de nacimiento, el número de teléfono móvil, las aficiones, etc. Muchos operadores de sitios web solicitan información optativa además de la información obligatoria para procesar transacciones. Los campos obligatorios suelen estar señalados con un asterisco.

- **No revele nunca su contraseña**

Aunque otra persona vaya a realizar una compra en su nombre, es aconsejable que introduzca la contraseña personalmente y no la comparta con nadie.

Para impedir que usuarios posteriores accedan a su cuenta sin permiso, no seleccione nunca la opción "recordar contraseña" en ordenadores compartidos.

- **Utilice proveedores locales siempre que sea posible**

Cuando los vendedores están ubicados en otros países, puede resultar mucho más difícil y caro solucionar cualquier problema e imponer las leyes de derechos del consumidor.

- **Revise los extractos bancarios**

Revise con frecuencia las transacciones de las cuentas bancarias, sobre todo, después de realizar compras por Internet para asegurarse de que todos los pagos son legítimos. Si descubre algún pago que no reconoce, informe inmediatamente a su banco.

- **Conserve las confirmaciones de los pedidos y los recibos**

Conserve siempre la información importante relacionada con cualquier compra, bien de forma impresa o electrónica. Dicha información puede resultar muy útil si necesita resolver cualquier problema más adelante.

Problemas en las Compras electrónicas

Dependiendo en cual compañía se adquiera un producto podría presentarse ciertos inconvenientes:

Por error pueden poner una dirección de domicilio equivocada por razones de si devolvieran algún paquete. Ej. Si tiene un pariente en el país de la compra muchas personas suelen poner la dirección del pariente, pero en realidad deben poner su dirección no importa el país.

¹⁵ SOHOS, Disponible en: <http://www.sophos.com/es-es/threat-center/threat-analyses/threatsaurus/safety-tips/how-to-buy-online-safely.aspx>

Cuando cancelan con la tarjeta de crédito la compañía hace la verificación de los datos del cliente y si no son iguales la compañía es capaz de bloquear la cuenta que previamente por obligación debieron crear.

Si se diera el caso de un bloqueo por datos erróneos los pasos que deben seguir para quitar el bloqueo varían y pueden ser:

- Copia de estado de cuenta de la tarjeta de crédito donde conste su nombre, su dirección y principalmente el nombre de la entidad bancaria que le dio la tarjeta.

En otros países ya no se utiliza factura sino factura electrónica, pero esa factura no satisface las necesidades de la compañía a las cuales se las ha hecho compras electrónicas.

- Debe enviar un fax a un determinado número debido a que no aceptan por email por seguridad.

Imagen No. 4 Diferentes Cuentas y tarjetas de crédito



Fuente: <http://www.loungelizard.com/web-design-blogs/browsers/7-tips-for-effective-e-commerce/>

De estos requerimientos a veces el cliente se ve forzado a perder su cuenta creada y peor si tenía envíos en tránsito son cancelados así solucionen el problema.

Otro problema que pueden aparecer es que en algunos países algunos productos no pueden ser enviados por correo o Courier un ejemplo de ellos pueden ser los celulares o ciertos líquidos.

En raras ocasiones pese a que los paquetes tienen una opción de rastreo por alguna razón no llegan los mensajes de que llegó el paquete o sale un error de que el número es ilegible pero este sería un problema para el cliente que no está en el mismo país porque tendría que comunicarse con el Courier para saber ya recibieron el paquete y en qué tiempo llegaría.

Un grave problema es que los clientes no leen las condiciones de compras además por error se suelen activar 2 artículos en lugar de 1 que es lo que quiere comprar, aunque la gran ventaja es que se puede cancelar el pedido en ocasiones se debe esperar a recibir el paquete para luego si la compañía que vendió el producto deba reenviar los artículos que están demás pero eso implica que debe primero comunicarse con la empresa, recibir el mensaje de confirmación e imprimir los documentos que adjuntan para pegarlos en la caja de cartón que se va enviar con los artículos, de ahí acercarse a un Courier específico que determina la compañía para hacer el proceso de reenvío, luego esperar que hagan la devolución del dinero que se pagó, pero a veces hay un descuento por unos gastos o porque se compró con una oferta.

Beneficios

El comercio electrónico permite que las compras las puedan realizar desde cualquier lugar del mundo siempre y cuando tengan acceso a internet, debido a los avances tecnológicos ya no es necesario realizarlas las compras por medio de internet, lo pueden hacer desde su teléfono celular, Tablet y a cualquier hora del día y la compañía le informa los costos de la compra, impuestos, gastos de entrega a la dirección que el cliente debe proporcionar, al mismo tiempo le informa la fecha estimada de entrega acorde a los tipos de envío que están a disposición del cliente para determinar los costos.

Hay compañías que muestran en su página de internet los diferentes productos que están a la venta aunque ellos físicamente no los tengan se encargan de conseguirlos en los precios que aparecen en su página.

El principal beneficio es el ahorro de tiempo debido a que no necesita salir de la comodidad de su casa o trabajo para buscar un determinado producto y en muchos casos de dinero, porque existen múltiples oferta sobre un mismo producto.

Beneficio para la empresa es que cualquier persona o empresa desde cualquier parte del mundo puede conocer los productos y conocer la empresa, mejorando así las ventas.

En otros países hay ciertos productos que el cliente devuelve por que se arrepintió de la compra o tal vez lo uso y esta semi-nuevo así que lo venden en un precio menor que si lo comprara por primera vez.

También existen promociones en algunas fechas o momentos específicos donde el cliente puede hacer una buena compra.

Consejos Al Realizar Compras Por Internet.¹⁶

Ten Una Conexión Segura

Puede resultar muy fácil y cómodo conectarse a redes Wi-Fi públicas, en lugares como como restaurantes o centros comerciales, pero lo cierto es que estas redes suelen ser poco seguras. Los paquetes de información transmitidos a través de las conexiones públicas pueden ser capturados fácilmente por hackers o ciberdelincuentes. Por este motivo, para realizar compras online te recomienda que lo hagas a través de una red segura, de preferencia una red propia (hogar o trabajo).

Actualiza Y Protege Tu Equipo

Antes de comprar, cerciórate de contar con un equipo seguro y actualizado. Además, es recomendable utilizar una solución de seguridad proactiva que mantenga al equipo protegido contra amenazas informáticas.

Algunas de las compañías en las que se adquiere un producto por línea tienen como una opción la devolución del producto si no cumple con los requerimientos o por una compra realizada por una cantidad de productos errónea que se puede producir al presionar el botón de agregar a la lista de deseo de compra o también al enviar al carrito de compras.

Compre en portales conocidos

Debe comprar en portales web reconocidos y que cuentan con buena reputación online lo cual permitirá que al momento de su compra sea satisfactoria y no pase un mal rato o sufra de una estafa.

Otro elemento que juega un papel importante en las compras son las redes sociales, porque permite a los usuarios poder informarse acerca de las experiencias obtenidas por otros usuarios.

¹⁶ El Comercio Portafolio. Siete consejos para comprar por Internet de forma segura. 2014. Disponible en: <http://elcomercio.pe/economia/personal/siete-consejos-comprar-internet-forma-segura-noticia-1770339>

Reconoce Una Web Segura

Saber cómo identificar si una página web es segura, puede ahorrar muchos problemas durante tus compras online. Para determinar si una página es segura y llevar acabo la compra, debes realizar los siguientes pasos:

Al hacer clic sobre el botón comprar/pagar, debe llevarte a una nueva página que ha de comenzar con "HTTPS://...". La letra S es la parte importante, pues indica que es un sitio web seguro y utiliza un certificado de seguridad para cifrar los datos de la transacción.

Además, debes encontrar un candado junto al HTTPS de la URL (que dependiendo del navegador, puede aparecerte en otra parte del mismo). Al hacer clic sobre el candado, podrás ver la información del certificado.

Existen compañías de antivirus que ofrecen seguridades a muchas instituciones financieras las cuales además le ofrecen el servicio de conexión segura a los clientes para que cuando se puedan conectar a una página de internet e ingresen los datos personales entre los cuales los más importantes está el número de la tarjeta de crédito y la contraseña de la misma, pese a que existen seguridades siempre debe estar alerta a cualquier cosa extraña que pueda notar cuando esta frente a su computadora o dispositivo, debido a que existen una gama de virus que pueden simular paginas a las cuales se conecta el usuario y requiere poner información personal.

Comprueba Condiciones

Es muy importante revisar en el portal web del comercio, las características del producto o servicio, las formas de pago disponibles (la tarjeta de crédito no es el único medio para realizar pagos, existen otros medios de pago alternativos proporcionados por el comercio online), los plazos de entrega, las políticas de cambios y devoluciones, los contactos del comercio a quien solicitar ayuda para realizar la compra o algún reclamo posterior a la misma.

Se debe observar muy bien los costos establecidos por que las personas solo se dejan llevar por el primer precio que ven pero muchas veces requieren de un cupón o de tener una afiliación para ser acreedor a ese precio. Los costos que no se revisan en algunas ocasiones son los impuestos que existen en los diferentes países del mundo, el gasto de compra que se suelen agregar cuando la adquisición del producto se la realiza de uno a dos días, algunas compañías tienen diferentes escalas de tiempo para compra cada una con una duración distinta y con costos distintos de acuerdo al medio que se utilice para el envío de este paquete.

Dentro de estas cláusulas de compra si la persona que se especifica que debe recibir el paquete de la compra no puede recibirla otra persona y por ello si no se encuentra le dejan una notificación y debe ir a retirarlo a las oficinas más cercanas de la dirección que se especificó, pero también pueden por internet reasignar un día de entrega.

Tiempo de Entrega y Costos

Antes de finalizar el proceso de compra debes tener muy en claro cuándo recibirás el producto, y si se recargará el precio por concepto de gastos de envío, pues hay algunos productos que tienen un recargo (generalmente los de mayor volumen o peso). De estar conforme puedes proceder a ordenar tu pedido.

Devoluciones de compras

En algunas compañías si se requiere devolver un artículo o todos los artículos de la compra primero se debe comunicar con la empresa que adquirió el producto puede realizarlo por medio de teléfono, por email o por chat luego le enviaran un email con un archivo que contiene unas hojas que debe imprimir en la cual están listado los productos que se devolverán, en otras esta la dirección de envío y otro indicando el lugar o empresa de envío se debe utilizar para retornar estos productos.

Una vez realizado todo este proceso apenas reciben el paquete le envían a la tarjeta de crédito el depósito de ese valor, el trámite es rápido y si es posible antes de que se pague la tarjeta se puede dar de baja esta compra y se cancelaría menos el estado de cuenta.

Revisa el Movimiento de Tarjetas

Incluso si no compras por internet, debes revisar periódicamente que todos los cargos de tu cuenta son conocidos y los tienes controlados. Si alguno te resulta sospechoso, ponte en contacto con tu banco, quizás hayas sido víctima de un robo de identidad.

En la actualidad algunas instituciones financieras notifican cada vez que se hace una compra esperando que el usuario envíe por mensaje una notificación si no se ha realizado esa compra.

3. CONCLUSIONES

El término "comercio electrónico" se refiere a la actividad de hacer negocios con empresas o establecimientos ya sean públicos o privados por medio de la tecnología que cada día avanza más rápido. Esta tecnología puede ser por e-mail, sitios electrónicos, redes sociales, entre otros. En América Latina está aumentando el comercio electrónico debido a la disminución de costos en los proveedores de internet y principalmente de los proveedores de telefonía que han permitido que casi la mayoría de las personas tengan desde su teléfono celular conexión a internet y diferentes redes sociales, todo esto está beneficiando este comercio.

Muchos de estos proveedores ofrecen antivirus a sus clientes, pero ellos no tienen un conocimiento completo sobre el uso de estos, además a veces salen pantallas de advertencia pero algunos solo cierran la ventana o ponen aceptar, lo cual en algunos casos puede causar problemas principalmente en lo que se refiere a seguridad muchos de estos antivirus que sirven de seguridad de internet tienen algunas páginas bloqueadas u otras en las que informan cuando son páginas poco confiables y le advierten al usuario.

El comercio electrónico en América Latina está aumentando de manera local e internacional, este último tiene más mercado debido a que las personas compran en otros países y a través de Courier lo hacen llegar a su país en muchos de los casos los precios son mejores aun con el gasto de envío, pero en otros lados les han puesto impuesto lo cual hace más caro el producto aunque a veces no hay lo que se busca en el país, lo que obliga a traerlo de todas formas.

Otro aspecto importante a observar es el uso de las tarjetas de débito o crédito para las compras debe verificarse en que página está comprando, también debe ver que los valores estén correctos al igual que la cantidad adquirida sea la que se está comprando.

Se debe Verificar que la dirección de compra sea la adecuada, además si es en un domicilio debe estar la persona que debe recibir el paquete porque a veces solo se lo entregan a esa persona.

Este tipo de comercio electrónico permite que se pueda comercializar diversos productos de diferentes partes del mundo de manera rápida y eficiente.

4. Referencias Bibliográficas

América Economic Intelligence. (2012). Los años del boom. Disponible en: http://www.iabperu.com/descargas/Desc_201271011546.pdf

América Economic Intelligence, 2012

Berru, 2012 SOHOS, Disponible en: <http://www.sophos.com/es-es/threat-center/threat-analyses/threatsaurus/safety-tips/how-to-buy-online-safely.aspx>

Comercio Electrónico, Disponible en: <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Documents/E-Commerce%20Universidad%20de%20Cuyo.pdf>

Comercio Electrónico. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico

COMISIÓN EUROPEA (1987): Recomendación de la Comisión, de 8 de diciembre de 1987, «relativa a un código europeo de conducta referente a los pagos electrónicos», (87/598/CE), [Diario Oficial núm. L 365 de 24/12/1987, 0072-0076]. También se pueden encontrar [En Línea] disponible en Internet: <http://www.europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/124018a.htm>

Cultura E del gobierno de Medellín, 2012. Disponible en: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/ecommerceenelmundo_080425.aspx El comercio electrónico en el mundo

Diario de Economía <http://gestion.pe/noticia/338857/comercio-electronico-america-latina-creceria-30>. Y Negocios. Perú.

Diario El Telégrafo (2013). E commerce en Latinoamérica. Disponible en: <https://www.mihttp.com/web/es/2013-11-30-16-43-05/últimas-noticias.html>

El comercio electrónico en el mundo. Disponible en: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/ecommerceenelmundo_080425.aspx

El Comercio Portafolio. Siete consejos para comprar por Internet de forma segura. 2014. Disponible en: <http://elcomercio.pe/economia/personal/siete-consejos-comprar-internet-forma-segura-noticia-1770339>

Enrique Dans. (2012). Comercio electrónico. Disponible en: http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/ecommerce.PDF

Gaitán Juan José - Pruvost Andrés. Marketing Electrónico.

Guía Práctica para el Desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en México. Disponible en: <http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico> Dans, 2012. Comercio electrónico. Tomado de http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/ecommerce.PDF

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-comercio-electronico-generaria-69-994-millones-en-america-latina.html>

Illescas Ortiz, R. Derecho de la contratación electrónica. Madrid: Civitas, 2001, p. 344.

López Pascual, Joaquín y SEBASTIÁN GONZÁLEZ, Altina. Gestión bancaria. Factores claves en un entorno competitivo, 3.ª ed. Madrid: MCGRAW - HILL/Interamericana de España, S.A.U., 2008, p. 312.

Matomy Latam. (2013). Estado de Internet y comercio electrónico en Latinoamérica 2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/JosLuisValdivielso/informe-internet-y-comercio-electrnico-2013-en-latinoamrica>

Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. El Comercio Electrónico y el uso de las nuevas tecnologías. Oficina Estadística Unión Europea. Eurostat. Instituto Nacional de Estadística Disponible <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0>

Tesis sostenida por la Profesora RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL pago electrónico, El reparto de riesgo y la atribución de responsabilidad en el uso de tarjeta en la contratación electrónica, en RICO CARRILLO, M. (coord.) Derecho de las Nuevas Tecnología. Buenos Aires: La Roca, 2007, p. 322; VICENTE BLANCO, D. Javier. "Medios electrónico de pago y jurisprudencia competente en supuestos de Contratos Transfronterizos en Europa

Vicente Blanco, D J.: "Medios electrónico de..."op. cit., p. 276.