

OBSERVACIÓN AL DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO “e-Comerce” EN EL ECUADOR

Ing. Pedro Avilés Almeida, MBA¹
Docente Universidad de Guayaquil, Ecuador
pedro.avilesal@ug.edu.ec

Ing. Remberto López Bermeo, MGS²
Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador
remberto.lopezbe@ug.edu.ec

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA³
Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador
guido.povedabu@ug.edu.ec

Resumen

En los últimos años el ambiente empresarial ha experimentado cambios importantes en procesos comerciales y organización de estas, ya que éstas como los consumidores han aumentado debido a las posibilidades de negocio que ofrece el internet, basándose en lo que actualmente se denomina e-commerce. El comercio electrónico crece a un ritmo imparable en todo el mundo En Ecuador, el 17,1% de las empresas realizan alguna transacción comercial a través del internet, Cuatro de cada 10 ecuatorianos que compran a través de Internet tienen entre 26 y 33 años; el 60% cuenta con estudios universitarios, la mayoría tiene un nivel socioeconómico medio y las mujeres son mayoría a la hora de comprar.

El estudio también muestra que el 35% de los ecuatorianos adquiere productos o servicios por Internet de forma regular.

Se han registrado cifras de crecimiento sostenido sobre el 10%, este es un importante crecimiento, no solo en número de usuarios, y se debe a políticas de Estado que han masificado los servicios a través de Infocentros; pero, sobre todo, por el sector privado

Pero también hay miedo y desconfianza a la hora de comprar por Internet. Esos son las mayores limitantes de los ecuatorianos.

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Educación Superior

² Docente de la Universidad de Guayaquil; magister ejecutivo en Dirección de empresas con énfasis en Gerencia Estratégica

³ Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración y Dirección de Empresas, Doctorando en Administración de Empresas, y Doctorando en Administración Gerencial

Palabras clave: “e-Commerce”, comercio electrónico, internet, usuarios, servicios, empresarial, consumidores.

Abstract

In recent years the business environment has undergone major changes in business processes and organization of these, as these as consumers have increased due to the business possibilities offered by the Internet, based on what is now called e-commerce. E-commerce is growing at an unstoppable pace worldwide In Ecuador, 17.1% of companies carry out some commercial transaction through the Internet, Four out of 10 Ecuadorians who buy through the Internet are between 26 and 33 years old; 60% have university studies, the majority have a medium socioeconomic level and women are the majority at the time of purchase.

The study also shows that 35% of Ecuadorians purchase products or services online on a regular basis.

There have been figures of sustained growth over 10%, this is an important growth, not only in number of users, and it is due to State policies that have massified the services through Infocentros; but, above all, by the private sector.

But there is also fear and distrust when buying online. These are the biggest limitations of Ecuadorians.

Keywords: e-Commerce, internet, users, services, business, consumers

Introducción

La creación de tecnología Internet/Web, una herramienta fundamental para redes de computadoras y sus usuarios. Internet ofrece un nuevo mercado que define la «economía digital. En la que tanto los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales.

Los avances tecnológicos, que revolucionan todo lo que tocan. En Ecuador, el 17,1% de las empresas realizan alguna transacción comercial a través del internet, según los datos del Módulo de Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC de las Encuestas de Manufactura y Minería, Comercio Interno y Servicios, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

La categoría de mayor consumo es servicios, que incluye turismo, restaurantes, cines, entre otros. Si se trata de turismo, la página que ocupa el primer lugar es Despegar.com. En la categoría de entretenimiento la primera opción es Supercines. A los servicios le siguen bienes no personales como artículos electrónicos, medicamentos, libros, etc. En tercer lugar, están los bienes personales como vestimenta o cosméticos. En ambas categorías el portal más utilizado por los ecuatorianos es Amazon. En cuanto a portales locales, la cadena De Prati es el sitio de preferencia.

El 17 % de empresas en el Ecuador se mueven por el E-commerce

El comercio electrónico crece a un ritmo imparable en todo el mundo, ¿los principales responsables? Los avances tecnológicos, que revolucionan todo lo que tocan. En Ecuador, el 17,1% de las empresas realizan alguna transacción comercial a través del internet, según los datos del Módulo de Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC de las Encuestas de Manufactura y Minería, Comercio Interno y Servicios, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Los sitios de comercio electrónico pueden encontrarse solos o formar parte de un sitio de venta mayor, comúnmente denominados “shopping mall”, los cuales presentan una apariencia estandarizada, dentro de las que muchas empresas tienen presencia dentro de un único sitio web y en el que los visitantes pueden acceder a información de distintas empresas.

En este año 2017 se observa que el uso del smartphone empieza a tomar gran relevancia, siendo el principal dispositivo para realizar la búsqueda de ofertas online. (Acosta, 2017).

Se presentó el primer estudio de Comercio Electrónico en el país durante el Ecommerce Day Ecuador 2017

Más de 1000 personas se dieron cita en la 7ma versión del eCommerce DAY Ecuador, una iniciativa de eCommerce Institute eCommerce Institute y coorganizado localmente por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)

Durante el evento se entregaron los eCommerce AWARDS Ecuador 2017 y se llevó a cabo el eCommerce Startup Competition donde se destacaron los emprendedores ecuatorianos

En Quito, durante noviembre del 2017 se reunieron más de 1000 profesionales de los negocios por Internet en la 7ma versión del eCommerce Day Ecuador que se llevó a cabo el pasado 7 de noviembre en el JW Marriot Hotel Quito, donde emprendedores y ejecutivos de empresas participaron de talleres y charlas temáticas de la industria de los negocios por Internet en el país y La Región, de la mano de destacados expositores Nacionales e Internacionales.

“Cada año junto el eCommerce Institute reforzamos nuestro compromiso con la industria y sus profesionales en el país como en la región a través de este evento de capacitación y networking para los profesionales del eCommerce. Alentamos a los empresarios ecuatorianos a continuar trabajando en pos del sector que aún tiene mucho por crecer con grandes desafíos por delante y salir al mundo a través del comercio electrónico, aprovechando los conocimientos aprendidos en el evento para agregar valor a las compañías para las que se desempeñan, haciéndolas crecer en rentabilidad”, según el presidente del eCommerce Institute. (Marriot, 2017)

35 % de ecuatorianos compra en Internet Cuatro de cada 10 ecuatorianos que compran a través de Internet tienen entre 26 y 33 años; el 60% cuenta con estudios universitarios, la mayoría tiene un nivel socioeconómico medio y las mujeres son mayoría a la hora de comprar. Lo asegura el estudio Antecedentes y Situación de e-commerce en Ecuador, y liderado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. La investigación, realizada entre agosto y septiembre de este año con una muestra de 1 284 personas, fue presentada esta semana. El estudio también muestra que el 35% de los ecuatorianos adquiere productos o servicios por Internet de forma regular

La categoría de mayor consumo es servicios, que incluye turismo, restaurantes, cines, entre otros. Si se trata de turismo, la página que ocupa el primer lugar es Despegar.com. En la categoría de entretenimiento la primera opción es Supercines. A los servicios le siguen bienes no personales como artículos electrónicos, medicamentos, libros, etc. En tercer lugar, están los bienes personales como vestimenta o cosméticos. En ambas categorías el portal más utilizado por los ecuatorianos es Amazon. En cuanto a portales locales, la cadena De Prati es el sitio de preferencia.

Pero también hay miedo y desconfianza a la hora de comprar por Internet. Esos son las mayores limitantes de los ecuatorianos. Para Marcos Pueyrredón, presidente del eCommerce Institute, el desafío del Ecuador es la profesionalización de la oferta, que permita enfrentar los volúmenes de compra y transacciones del comercio electrónico. Explica que, en el 2016, las compras digitales generaron USD 900 millones en Ecuador y que este año la cifra crecerá un 50%. (Obando, 2017)

¿Qué compran los ecuatorianos?

1. **Servicios:** es la categoría de mayor crecimiento, los pasajes son el rubro más comprado por todos los grupos etarios, seguido por los hoteles en los rangos etarios de adultos.
2. **Bienes no personales:** Dispositivos electrónicos y todo lo referente a computación son los bienes de más consumo. En general son los hombres los que más compran dentro de esta categoría, que además alberga mayor compra por personas mayores a los 50 años.
3. **Bienes no personales:** donde los hombres compran más ropa, mientras que las mujeres suman a sus compras más accesorios y cosméticos. La mayor proporción de compradores online se concentra entre los 26 y 33 años.
4. **Productos para el hogar:** es la categoría de menor frecuencia de compra vía Internet, no se detectaron diferencias significativas por género. Muebles, decoración y productos de mercado son lo más consumido. (Marriot, 2017)

Ventajas Mejores precios Promociones y ofertas Puede encontrar productos poco comunes
Ventajas para la empresa Mayor alcance Ventas las 24 horas del día Posibilidad de ofertar más productos Reducir costos Facilidad de buscar productos en línea Ventajas para el cliente No hay fila de espera Entrega a domicilio

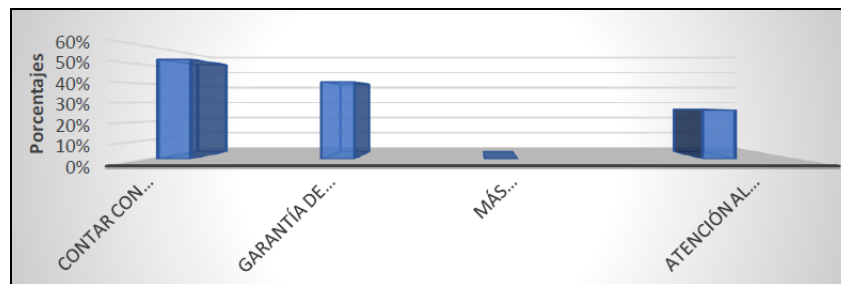
Desventajas Desventajas para el cliente
 Posibilidad de estafa
 Desconfianza
 No conoce las normas de seguridad
 No puede probar el producto
 Relación entre ambas partes es lejana
 Más difícil hacer uso de la garantía
 No puede demostrar el uso del producto
 Relación entre ambas partes es lejana
 Desconfianza
 Posibilidad de estafa
 Menor atención al cliente
 Desventajas para la empresa
 (Brito, 2013)

Motivaciones para comprar en línea

Los ecuatorianos encuentran en esta forma de hacer negocios por Internet varias razones que hacen que este hábito crezca entre los internautas:

- Contar con garantía de devolución y/o cambio:
- Garantía de confidencialidad de la información:
- Más información de cómo comprar:
- Atención al cliente durante la compra:

Motivación para comprar en línea



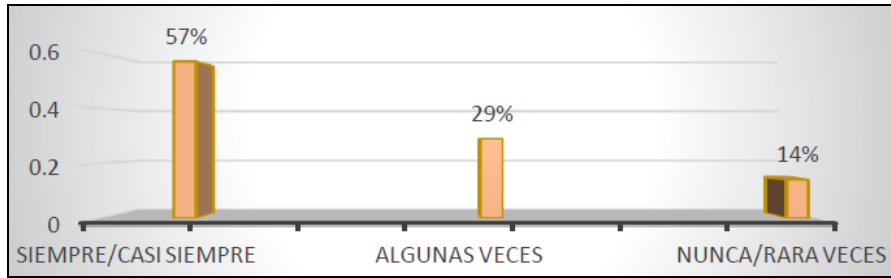
Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

Cifras de comercio en línea

La Web es un aliado para información y comunicación, pues son las actividades que se realizan mayor frecuencia. Aún con el crecimiento de usuarios en Internet, comprar online, todavía está en evolución, para destacar algunas cifras del uso que le dan los ecuatorianos a Internet:

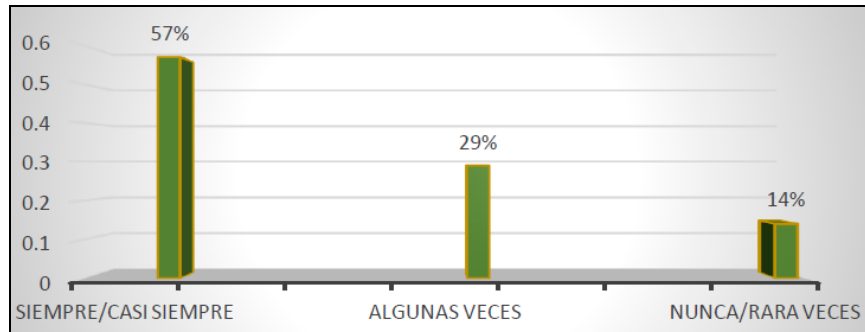
Comprar productos y servicios por Internet



Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

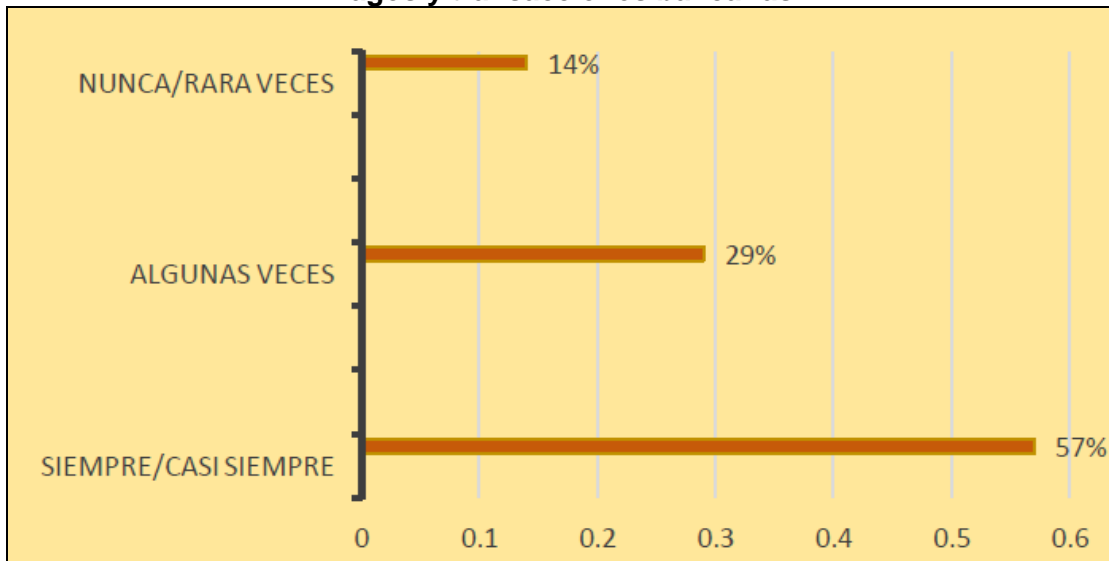
Leer noticias



Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

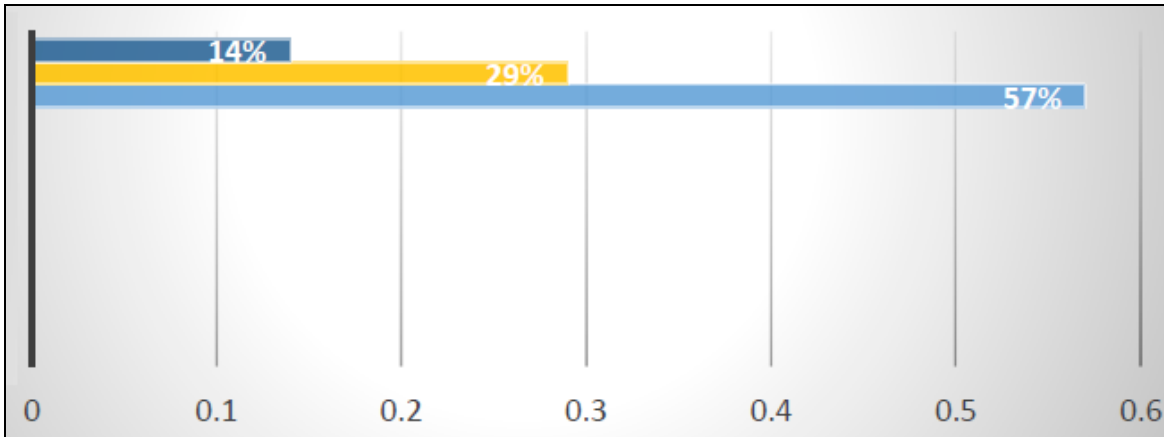
Pagos y transacciones bancarias



Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

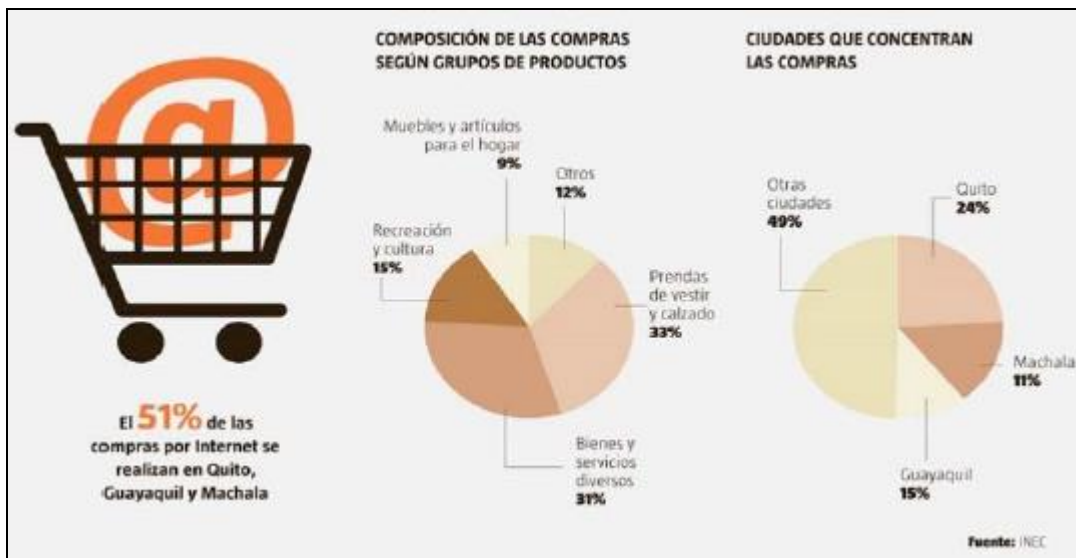
**Buscar información
De productos o servicios
“57% siempre/casi siempre, 29% algunas veces, 14% nunca/rara veces”**



Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

Crecimiento de compras por internet



Fuente: CECE.com

Presentado por: Pedro Avilés, Remberto López, Guido Poveda

Las políticas públicas ejecutadas por el Gobierno en Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) han sido primordiales para que el comercio electrónico tenga un crecimiento del 50% en los últimos tres años.

A esta conclusión llegaron empresarios y 35 expertos internacionales que participaron ayer en el Centro de Convenciones de Guayaquil, en la tercera edición del e-commerce day (sistemas de negocios electrónicos). Los talleres fueron organizados por la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG). El presidente de la CCG, señaló que entre 2011 y 2012 los usuarios ecuatorianos de internet crecieron de 5'400.000 a 8'982.000; mientras que hasta marzo de 2013 se registraron 9'531.000 usuarios, según datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel).

“Los últimos años se han registrado cifras de crecimiento sostenido sobre el 10%, este es un importante crecimiento, no solo en número de usuarios, y se debe a políticas de Estado que han masificado los servicios a través de infocentros; pero, sobre todo, por el sector privado”, reconoció Peña.

El internet es una herramienta que permite la comunicación permanente, pero también el comercio. Los negocios electrónicos son una gran oportunidad y un mercado en crecimiento en el país. El empresario informó que las ventas a través del comercio electrónico movieron en el país más de \$300 millones en 2012. “Hoy en Ecuador podemos comprar un vehículo, un electrodoméstico, una guitarra eléctrica, pagar servicios bancarios, básicos, impuestos, contratar vacaciones e incluso pedir dieta, a través del internet”, dijo.

La mayoría de las transacciones ecuatorianas son para pagar servicios y comprar artículos del extranjero. Peña aseveró que la oferta en línea de productos y servicios ecuatorianos ha crecido, pero “a los empresarios les falta más capacitación para atender la demanda”. Según el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), Ecuador tiene un gran potencial para aumentar las ventas a través de esta herramienta. El objetivo del e-commerce day fue impulsar el desarrollo activo de estos negocios, ya que la economía ecuatoriana es buena y hay una importante demanda.

El presidente del ILCE, dijo que los empresarios ecuatorianos deben aumentar la cantidad y calidad de ofertas de productos y servicios que se venden por internet. “Lo que necesitamos es

que las empresas, a través del trabajo comercial que realizan día a día, incorporen este cuarto canal para vender sus productos y servicios. Este sistema puede ser la principal tienda de sus negocios”, aseguró. (Peña, 2013)

Compras Online tendrán nueva tarifa

El cobro iniciaría a partir del 1 de octubre del presente año. A esto se agrega un sistema de registro previo para sus compras realizadas en el portal www.correosdelecuador.gob.ec/

Comprar artículos en Wish, Ebay o Amazon tendrán nueva tarifa. Correos del Ecuador informó que todas las compras que ingresen vía comercio electrónico tendrán que cancelar una tarifa de \$ 3,51, incluido IVA. Este valor se establece para artículos que pesen hasta 2.000 gramos.

El cobro iniciaría a partir del 1 de octubre del presente año. A esto se agrega un sistema de registro previo para sus compras realizadas en el portal www.correosdelecuador.gob.ec/Avisalo.

Se trata de un requisito para todos los paquetes que se hayan comprado online; esto permitirá que se agilice el tiempo de entrega de este. Posterior a que el usuario avise sobre el arribo de su compra, deberá cancelar los \$3,51 mediante un botón de pago que aceptará pagos con tarjeta de crédito o débito.

Según Correos del Ecuador, a nivel mundial existe una saturación de envíos provenientes del extranjero, recibidos a través de comercio electrónico.

Por ejemplo, en Ecuador, de toda la paquetería que ingresa vía comercio electrónico, el 69 % proviene de China. Correos del Ecuador llega a recibir 273.600 paquetes mensualmente, lo que ha desembocado en un incremento de los costos operativos y de nacionalización de cada uno de los envíos. (correos del Ecuador, 2017)

Medios de Pago

Uno de los elementos fundamentales tanto en el comercio tradicional como en el electrónico en particular, es la realización del pago correspondiente a los bienes o servicios adquiridos.

En este ámbito el comercio electrónico presenta una problemática semejante a la que plantea en otros sistemas de compra no presencial, es decir, en aquella en la que las partes no se reúnen físicamente para realizar la transacción, como por ejemplo en la compra por catálogo o telefónica: el comprador debe tener garantía sobre calidad, cantidad y características de los bienes que adquiere. La tarjeta de crédito no es el único medio de pago de Internet, y aun así hay grandes empresas e intereses en juego para lograr implementar un sistema seguro para este medio de pago tan importante. Existen además algunos métodos tradicionales para pagar y cobrar, e incluso algunos sistemas novedosos para tratar de minimizar las posibilidades de fraude.

Algunos medios de pago existentes son:

Tarjeta de crédito y débito.

Contra reembolso

Dinero electrónico (CyberCash)

Tarjetas de Pago Inteligentes con chips incorporados

Comercio Electrónico en los hogares

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. Así, el contenido de este boletín se centrará en el comercio electrónico. Dentro de este ámbito el comercio electrónico está creciendo a un ritmo vertiginoso en los últimos años, de tal forma que ya casi un tercio de la población ha comprado por Internet.

Gracias a la Encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares, sabemos que el 69,8% de los hogares ya tiene acceso a Internet. (Calero, 2014)

Discusión

En Ecuador, el desarrollo del comercio electrónico se trunca por la presencia de barreras entre las cuales se puede mencionar el Desinterés en adoptar nuevas técnicas de comercio. El conformismo de la gente es una barrera que puede superarse informando sobre las ventajas que el Comercio Electrónico puede aportar a las empresas.

Falta de Infraestructura de Telecomunicaciones. El desarrollo de las tecnologías de comunicación está ligado al crecimiento del comercio exterior, por lo tanto, es necesario impulsar y fomentar el crecimiento de la infraestructura de telecomunicaciones y el acceso a Internet.

Ley de Comercio Electrónico en Ecuador

La Ley # 2002-67 de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (LCE), promulgada en el suplemento del Registro Oficial 557 del 17 de abril de 2002 introdujo en el ordenamiento jurídico del Ecuador una serie de instituciones jurídicas, anteriormente no contempladas en nuestras normas, con el propósito de permitir la utilización de medios electrónicos y telemáticos en distintos aspectos del tráfico jurídico.

Se trata de un necesario reconocimiento efectuado por la legislatura a las importantes repercusiones que han tenido en las actividades económicas los vertiginosos avances tecnológicos producidos a escala mundial durante los últimos años, principalmente a raíz de la masificación de Internet y la llegada de la “Era de la Información”. Las siguientes organizaciones internacionales han promovido el desarrollo de legislaciones en materia de comercio electrónico: Organización de las Naciones Unidas a través de la Comisión Internacional para el Derecho Mercantil, por sus siglas en inglés UNCITRAL; Organización Mundial de Comercio; Acuerdo de Libre Comercio de las Américas ALCA; Comunidad Andina de Naciones; Cumbre de la Américas (Québec); Comunidad Europea El debate respecto a las regulaciones y el marco normativo del comercio electrónico se centra en la protección de la propiedad y la seguridad de las transacciones.

La OMC, en su estudio sobre el comercio electrónico, destaca la necesidad de contar con un marco previsible, con normas claras, que permitan crear la confianza en los instrumentos y medios utilizados en el comercio electrónico.

La legislación debe proteger la seguridad y el carácter confidencial de la transmisión de datos. El Ecuador enmarcado en el modelo creado por la OMC, emite la Ley de Comercio Electrónico, Mensajería de Datos y Firma Electrónica junto con su respectivo reglamento. En esencia, esta Ley expedida en abril del 2002, tiene como objetivo normar, regular y controlar los contratos de carácter civil y mercantil ejecutados a través de servicios de redes electrónicas (Internet) para facilitar las relaciones económicas y de comercio en el Ecuador. (Brito, 2013)

Referencias Bibliográficas

Acosta, E. (06 de Julio de 2017). *INEC*.

Brito, M. D. (mayo de 2013). *UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO*.

Calero, K. (enero de 2014). *Inec*.

correos del Ecuador. (septiembre de 2017).

Marriot, J. (noviembre de 2017). *Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)*.

Obando, S. (noviembre de 2017). *Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico*.

Peña, E. (julio de 2013). *Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG)*.