



Octubre 2018 - ISSN: 1696-8352

## CULTURA DEL E-COMMER EN EL ECUADOR

**Iván Ernesto Del Pino Vera**

Ecuador  
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
ingdelpino1992@gmail.com

**Xiomara Vanessa Salazar Franco**

Ecuador  
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
xiomarasalazarfranco@outlook.es

**Ing. Vicente Ordoñez Alemán, MAE, MGs**

vordoneza@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Iván Ernesto Del Pino Vera, Xiomara Vanessa Salazar Franco y Vicente Ordoñez Alemán (2018): "Cultura del E-commer en el Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (octubre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/cultura-ecommer-ecuador.html>

### RESUMEN

Ecuador cada año crece en términos monetarios mediante la venta en línea ya que el número de internautas crece de forma considerable mediante los dispositivos electrónicos. A su vez se brindan incentivos que hacen que las compras nacionales sean más atractivas.

Poco a poco todo tipo de negocio incursiona y vende de una u otra forma de manera on-line permitiendo que estas obtengan los ingresos deseados

Con el pasar de los tiempos se han realizado las mejoras necesarias contra aquellos obstáculos relacionados a la seguridad de la información y la escasa cultura de compra por internet. Esto no quiere decir que no se deba mejorar ya que todavía existe un porcentaje considerable de usuarios que prefieren la venta tradicional.

**PALABRAS CLAVES:** E-commerce, World Wide Web, Tecnología de información (TIC), Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)

## **ABSTRACT**

Every year Ecuador grows in monetary terms through online sales, as the number of Internet users grows considerably through electronic devices. At the same time, they provide incentives for national purchases are more attractive.

Little by little, every type of business sells online allowing them to obtain the desired income. With the passing of time the necessary improvements have been made against those obstacles related to the security of information and the scarce culture of purchase over the Internet. This does not mean that it should not be improved since there is still a considerable percentage of users who prefer traditional sales.

**KEYWORDS:** E-commerce, World Wide Web, Information technology (TIC), Ecuadorian Chamber of Electronic Commerce (CECE)

## **INTRODUCCIÓN**

La comercialización por medios electrónicos se ha venido dando en diferentes países del mundo, Siendo China el líder global del comercio electrónico, tres cuartos de la población China compran online. Alrededor de 1500 millones de internautas realizan compras, dejando como ganancias 2 billones de dólares aproximadamente.

Esta modalidad va siendo implementada en varios modelos de negocios con el objetivo de tener mayor presencia vía online, captar clientes y elevar ventas.

Esta alternativa de negocio se presenta como un medio más allá que necesario, económico, rápido, eficaz y sobre todo disponible en todo momento, que es en donde los usuarios lo utilicen sin necesidad de salir de sus lugares de trabajo o del hogar para adquirir determinado bien o servicio sintiéndose así más seguro y tranquilo, el objetivo es brindar mayor facilidad de compra a los potenciales clientes y de esa forma mejorar los ingresos del negocio por medio de otras formas de venta.

En el 2007 el crecimiento del comercio electrónico era muy lento, pero a partir del 2015 tuvo un importante impulso. La mayor penetración de internet, el uso de redes sociales y la mejora de plazos de entrega de los negocios son factores importantes para el crecimiento de la venta en línea en nuestro país.

Actualmente se vive en un mundo tecnológico, y este medio hay que aprovecharlo al máximo para obtener así los mejores beneficios de este, teniendo el conocimiento necesario sobre el uso de las TIC (tecnología de información) con el fin de mejorar el funcionamiento y crear valor a la empresa y a sus clientes.

El usuario está a un clic de adquirir sus compras sin importar el lugar donde se encuentre, gracias a la internet se puede comunicar desde cualquier área. Al momento de incursionar en

el canal de E-commerce es necesario tomar en cuenta lo que desea el cliente hallar en la página. La seguridad necesaria, honestidad, garantía y alternativas.

## **HISTORIA DEL E- COMMERCE**

El primer indicio de comercialización fue el trueque, intercambiando bienes o servicios para la subsistencia de los seres humano. La necesidad de un bien o servicio ha hecho que vaya evolucionando la comercialización, hasta llegar a lo que es ahora el comercio en línea u online, haciendo más efectivo o eficiente la venta o compra de recursos necesarios.

En el año 1920 en Estados Unidos nace la venta por catálogo, consistía en mostrar el artículo por medio de ilustraciones sin la necesidad de ir directamente a un local, dándole el acceso a las personas que estaban ubicadas en lugares lejanos, este método de venta fue algo revolucionario.

En el año 1989 aparece un nuevo servicio, WWW (World Wide Web), dándoles mayor accesibilidad a los usuarios para intercambiar información entre diferentes redes de computadoras. Teniendo esta modalidad se dio un gran paso para el inicio del E-commerce.

## **E-COMMERCE EN EL ECUADOR**

Según la Cámara de Comercio de Guayaquil, “35% anualmente crece el comercio en línea en Ecuador” (El Universo, 2015, párr.11.), para que este porcentaje aumente se debe realizar mejoras en las páginas web y redes sociales, como son:

- **Aceptación del comercio por esta vía:**

La información de la empresa y los productos debe ser clara y de fácil comprensión para todo tipo de cliente. También se debe dar la posibilidad de interactuar con el usuario en caso de algún tipo de inquietud.

- **Seguridad y protección de datos:**

Se debe dejar en claro que existe el compromiso de utilizar adecuadamente los datos que está dando el cliente.

En el 2014 se obtuvo 540 millones de dólares mediante comercio electrónico. En el 2015 dicho rubro incrementó a 800 millones y al finalizar el 2017 se obtiene un aproximado de mil millones y se espera seguir creciendo.

En el Ecuador el comercio en línea ha crecido en los últimos años, un estudio realizado por la Cámara de Comercio del Ecuador indica que el 35% de los ecuatorianos al 2017 compran o solicitan algún servicio mediante e-commerce.

Las empresas tampoco se quedan atrás, alrededor del 17% de empresas realizan comercio electrónico. El 36% de sus ingresos son mediante la modalidad en línea y el 30% realiza alguna compra.

La principal fuente de información para realizar este tipo de compras son los familiares más cercanos seguido por la web de las empresas y el medio más utilizado es la computadora portátil.

### **¿QUÉ COMPRAN LOS ECUATORIANOS?**

Los ecuatorianos compran en mayor medida en gran porcentaje prendas de vestir (33%) y en segundo lugar están los bienes y varios servicios (31%).

Una encuesta realizada por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) detalla lo siguiente:

**Servicios:** los pasajes son el rubro más comprado por todos los grupos etarios, seguido por los hoteles en los rangos etarios de adultos.

**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.

**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.

**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.

( Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, 2017)

### **VENTAJAS DEL ECOMMERCE A NIVEL GLOBAL**

- Brinda una gama de productos más amplia
- No existe limitaciones geográficas
- Ahorro de tiempo
- Mayor comparativa de productos o servicios
- Variedad en formas de pago

Dentro del Ecuador las principales ventajas de realizar compras en línea son el tiempo de entrega y la garantía de productos ya que sus plazos son más cortos en caso de necesitar determinado bien o servicio de forma urgente y en caso de recibir algún pedido erróneo o dañado, esto se puede cambiar inmediatamente.

## ¿POR QUÉ NO COMPRA EN INTERNET?

La universidad Espíritu Santo realizó un estudio de 1284 personas, las cuales expresaron por qué razón no compran por internet. Entre los resultados más significativos, se obtuvo los siguientes:

- El 50% de los participantes dijeron que quieren ver lo que compran.
- Miedo a entregar su información personal (44 %).
- Miedo a ser engañado/estafado (36%).
- Desconfianza en la forma de pago (30%).

## CONCLUSIONES

En Ecuador el comercio online aunque no avanza de la misma forma que otros países, si se está culturizando como lo son en las pymes, grandes empresas y las personas emprendedoras que no cuentan con un local pero sus ventas la realizan mediante las redes sociales o páginas web.

En el artículo hubieron puntos importantes que se debe tomar en cuenta para que crezca el comercio online en Ecuador, y entre esos están la desconfianza que tienen los clientes al momento de dar sus datos personales. En esta debilidad se debe trabajar y derribar esa barrea que no deja que este medio de compra y venta siga en ascenso.

El E-commer ofrece ventajas para ambas partes, entre las más importante es el precio, es más económico vender por las redes sociales y páginas web que crear una empresa. Para el cliente su mayor ventaja es que ahorra tiempo, cuentan con mayores ofertas, puede comparar productos y varias formas de pago. Si se analiza cada uno de estas ventajas podría darse cuenta que el comercio en línea es la mejor manera de vender y que este avance se lo debe a explotar de la manera más beneficiosa posible sin olvidar que primero se le debe dar la confianza debida al cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (9 de NOVIEMBRE de 2017). *ECOMMERCE DAY ECUADOR*. Obtenido de <http://www.ecommerceday.ec/2017/2017/11/09/se-presento-el-primer-estudio-de-comercio-electronico-en-el-pais-durante-el-ecommerce-day-ecuador-2017/>
- EL, U. (16 de Julio de 2015). \$540 millones al año mueve en Ecuador el comercio "online". *El Universo*.
- www.ecommerceday.ec*. (7 de Noviembre de 2017). Obtenido de <http://www.ecommerceday.ec/2017/2017/11/09/se-presento-el-primer-estudio-de-comercio-electronico-en-el-pais-durante-el-ecommerce-day-ecuador-2017/>
- www.elcomercio.com*. (20 de Noviembre de 2017). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-compras-internet-comercio-electronico.html>
- www.elcomercio.com*. (20 de Febrero de 2018). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-electronico-ventas-internet-facebook.html>
- www.usuariosdigitales.org*. (s.f.). Obtenido de <https://www.usuariosdigitales.org/2017/11/07/antecedentes-situacion-del-e-commerce-ecuador/>