

**El comercio electrónico ventajas y
desventajas**

**Electronic commerce advantages and
disadvantages**

Vladimir Alexander Guerrero-Cortez¹
Universidad de Guayaquil - Ecuador
vladimir.guerrerov@ug.edu.ec

Jorge Tobias Tingo-Herrera²
Universidad de Guayaquil - Ecuador
jorge.tingohe@ug.edu.ec

Mayra Emerita Gallegos-Vargas³
Universidad de Guayaquil - Ecuador
mayra.gallegosv@ug.edu.ec

Rodrigo Antonio Carrión-Aguilar⁴
Universidad de Guayaquil - Ecuador
rodrigo.carriong@ug.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1356

V7-N5-1 (sep) 2022, pp. 250-261 | Recibido: 18 de agosto de 2022 - Aceptado: 20 de septiembre de 2022 (2 ronda rev.)

1 Magíster en Tributación. Docente Investigador de la Universidad de Guayaquil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4196-7301>

2 Magíster en Administración de Empresas. Docente Investigador de la Universidad de Guayaquil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4587-0600>

3 Master Unversitaria en Dirección y Administración de Empresas. Docente Investigador de la Universidad de Guayaquil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5977-4009>

4 Magíster en Negocios Internacionales y Gestión Comercio Exterior. Docente Investigador de la Universidad de Guayaquil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2141-3130>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar el desarrollo del comercio electrónico, como herramienta fundamental para las transacciones comerciales; determinar las ventajas y desventajas de realizar actividad económica mediante el uso del comercio electrónico. Se analizaron las ventajas de comercializar mediante medios electrónicos, que les permiten a los usuarios vender y comprar desde la comodidad de su hogar las 24 horas, brinda variedades de alternativas para seleccionar productos, realizar pagos en línea. De igual manera se analizaron las desventajas que puede generar el uso del comercio electrónico, el mismo que para muchos usuarios genera desconfianza porque no tienen la certeza que si el producto que seleccionan cumple con las expectativas del comprador, además de arriesgarse a ser estafado al momento de realizar el pago. Se analizaron las ventas que el Ecuador ha realizado mediante comercio electrónico, seleccionando como periodo de análisis los años 2018-2021, en los que el nivel de ventas muestra una tendencia creciente, debido a que los entes económicos se están digitalizando acorde con la tendencia actual.

Palabras clave: Comercio electrónico; ventas; ventajas; desventajas; pagos; transacciones

ABSTRACT

This article aims to analyze the development of electronic commerce, as a fundamental tool for commercial transactions; determine the advantages and disadvantages of carrying out economic activity through the use of electronic commerce. The advantages of marketing through electronic means were analyzed, which allow users to sell and buy from the comfort of their home 24 hours a day, provides varieties of alternatives to select products, make payments online. In the same way, the disadvantages that the use of electronic commerce can generate were analyzed, the same one that for many users generates mistrust because they are not sure that if the product they select meets the expectations of the buyer, in addition to risking being scammed at the moment. to make the payment. The sales that Ecuador has made through electronic commerce were analyzed, selecting the years 2018-2021 as the analysis period, in which the level of sales shows a growing trend, due to the fact that economic entities are digitizing according to the current trend.

Palabras clave: Electronic commerce; sales; advantages; disadvantages; payments; transactions

Introducción

Los avances tecnológicos y el acceso a internet de la población son factores esenciales en el desarrollo de diversas actividades económicas de los sectores productivos, de servicios y comerciales del país. El dinero electrónico, la virtualidad de la banca y las aplicaciones web fueron herramientas que impulsaron el desarrollo del comercio electrónico, como la industria que se abrió camino en medio del aislamiento y distanciamiento social provocados por las restricciones de bioseguridad para evitar la propagación del Covid-19.

A nivel mundial el comercio electrónico, se convirtió en una herramienta obligatoria para las empresas, por el beneficio que brinda en el momento de realizar un negocio, permite realizar transacciones mercantiles con el resto del mundo durante los 365 días del año, sin contemplar horario ni lugar. El mayor detonante del desarrollo del comercio electrónico en los países pocos desarrollados, fue el año 2020, producto del confinamiento provocado por la pandemia del coronavirus; que obligó tanto a las empresas como a las familias a actualizarse mediante el manejo de tecnología para realizar cualquier actividad comercial.

Las tiendas comerciales del Ecuador tuvieron que desplazarse del espacio físico al virtual, adquiriendo diferentes plataformas que les permitiera realizar la actividad, mostrando los artículos en catálogos virtuales, con facilidades de filtración de contenido, promocionando ofertas y descuentos en compras en línea. El año 2020 cerró con movimientos transaccionales de 2.300 millones de dólares.

El comercio electrónico a nivel internacional se convirtió en el medio más importante como modelo de negocios, por las bondades que ofrece a quienes están dentro de la actividad mercantil. A partir de la pandemia causada por el Covid-19, los países latinos, como Ecuador, Perú, Colombia, entre otros, revolucionaron su modelo de comercialización debido a la necesidad y a la problemática provocada por la pandemia del coronavirus, que

exigía una transformación urgente para poder satisfacer las demandas.

Objetivo Principal.

Analizar el desarrollo del comercio electrónico, como herramienta fundamental para las transacciones comerciales a nivel mundial.

Objetivos Secundarios.

Identificar, las normas legales que permiten aplicar el comercio electrónico, para el desarrollo socio económico.

Determinar las ventajas que genera el comercio electrónico en las transacciones mercantiles de las empresas.

Analizar las desventajas del comercio electrónico en los mercados de bienes y servicios de la economía.

Importancia del Problema

La investigación es de gran relevancia, fundamentada en explicar las ventajas y desventajas de aplicar el comercio electrónico como herramienta fundamental para el desarrollo económico de los pueblos. Para lo cual, se estudiará al comercio electrónico como variable determinante, que genera cambios en el sector comercial, convirtiéndose en una herramienta eficaz, que puede ahorrar tiempo y recursos al momento de realizar cualquier transacción mercantil a nivel local o internacional. Permitirá entender la importancia del uso de las TIC en el campo empresarial, direccionada a una educación virtual.

Método

La metodología utilizada en la investigación es de carácter descriptiva y cuantitativa, la misma que permite explicar porque el comercio electrónico genera valiosos beneficios en la comercialización de bienes y servicios en el mercado interno y externo; así como también genera desventaja en ciertos sectores de la economía. Adicional permite entender, mediante el análisis de indicadores

estadísticos razones por las que economías desarrolladas exigen el uso del comercio electrónico para la realización de diferentes transacciones mercantiles, que exige al mundo desarrollado en una época globalizada.

En la tabla No. 1, se muestra las variables seleccionadas que determinan el desarrollo en la investigación; la variable dependiente son las ventas que representan los ingresos de las empresas que participan; la variable independiente, es el comercio electrónico que representa a la herramienta mediante la cual se realizan las transacciones de las compras y ventas.

Tabla 1

Operacionalización de variables.

Variables		Dimensiones	Indicadores
Dependiente	Ventas	Ventas del comercio electrónico.	Ventas expresadas en dólares.
		Evaluación de las ventas mediante comercio electrónico.	Crecimiento de las ventas expresadas en porcentajes.
Independiente	Comercio Electrónico	Normas legales	Periodo de análisis
		Decretos de emergencias.	Análisis

Resultado

Antecedentes del comercio

Los orígenes del comercio se remontan a la época de trueque de la era del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura para la subsistencia del ser humano en un territorio. A medida que fueron añadiéndose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores; las cosechas obtenidas eran cada vez más grandes. Así llegó el momento para el nacimiento del comercio. El comercio es tan antiguo como la sociedad y no podríamos concebir esta sin él. (Bolsalea Publicidad S.L., 2022).

El comercio permite que los entes económicos (las familias, empresas y Estado) de una sociedad, realicen los procesos de intercambio con facilidad para satisfacer las

necesidades que demandan cada uno de los pueblos. Dentro de un proceso de intercambio, el valor que se asigna a la mercancía es el que define si el intercambio se da o no.

Legalidad del comercio electrónico

Las bases legales en la cual se sustenta la aplicación de las actividades mercantiles mediante el comercio electrónico se sustentan en la LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS establecida mediante Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002.

Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la internet, ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado. (Congreso nacional, 2022)

El Objeto de la ley es regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. (Congreso nacional, 2022).

El dinero

El dinero es un determinante fundamental que hace posible la realización del comercio; desde que se inicia el medio de intercambio en la historia mediante el trueque hasta el dinero virtual, a lo largo de los años, el dinero no solo ha cambiado de manos, sino que ha ido evolucionando en el tiempo y adquiriendo diferentes formas que permiten realizar el intercambio, pero su fin principal siempre ha sido el mismo, ser un medio de pago direccionado a cumplir con una transacción mercantil.

El dinero se ha ido transformando a lo largo de la historia, según han ido cambiando y evolucionando también las necesidades del ser humano. Así, primero llegó el trueque, para

cambiar un bien por otro, y después el dinero mercancía, que no era más que un bien que tenía el mismo valor como unidad monetaria que como mercancía. (Asesores, 2021). Conforme han ido transcurriendo los cambios sociales, económicos y políticos, el hombre se ha visto con la necesidad de modernizar su sistema de pago, en las diferentes transacciones comerciales que realizan de la actividad económica, es allí que el dinero ha experimentado transformaciones en respuesta a la necesidad de la sociedad y la tendencia actual que experimenta una demanda considerada por el pago virtual.

Aunque la forma del dinero evolucione con el paso del tiempo, sus funciones y sus propiedades siguen invariables. El dinero es un medio de pago o de intercambio, dispone de un valor en el que todo el mundo confía. También es una unidad de cuenta, ya que permite fijar los precios de los bienes y servicios, estos oscilan de acuerdo con la inflación. En consecuencia, se convierte en un depósito de valor que permite ahorrar, ya que mantiene su valor en el tiempo. (Asesores, 2022).

Funciones y uso del dinero

Desde el siglo XIX, el sistema monetario que imperó fue el patrón oro, por el cual el valor de una unidad monetaria se fijaba a partir de una cantidad de oro concreta, hasta que, en 1944, por los acuerdos de Bretton Woods, el sistema monetario cambió con dos nuevos protagonistas: el dólar y el oro. De esa forma, se estableció la convertibilidad de la divisa estadounidense con el oro -a razón de 35 dólares por 1 onza de oro-, y del resto de divisas con el dólar, hasta que en 1971 el presidente estadounidense Richard Nixon puso fin al patrón oro, iniciándose así la fluctuación de las divisas. (Asesores, 2022). A través del tiempo se puede determinar que el dinero cumple tres funciones fundamentales que siempre están presentes:

Medio de intercambio. Es la función que lo distingue del resto de los activos financieros de la economía. Pues el dinero, a diferencia de otros activos, es un medio de intercambio aceptado por todo el mundo. (Economiapeedia, 2022).

Medio de cambio. El dinero sirve para cancelar o liquidar deudas, por lo que hablamos de un claro medio de pago. (Economiapeedia, 2022). Medio de pago porque es intercambiable por otros bienes y servicios. Esta función es la principal y anula el trueque. (BBVA, 2022). Desde que aparece el dinero, el hombre experimenta otra forma de pago para las compras y ventas que realiza en una activa mercantil.

Unidad de cuenta. El dinero, como sabemos, es una unidad de cuenta que simplifica la fijación de los precios de los bienes y servicios. (Economiapeedia, 2022) Unidad de cuenta, porque determina el precio de cualquier bien en función de una cantidad de dinero. (BBVA, 2022). Permite saber con exactitud el valor que se asigna a una mercancía, sea que este esté a la venta o no.

Depósito de valor. El dinero, en su función de depósito o reserva de valor, es utilizado para guardar poder adquisitivo o capacidad de compra a lo largo del tiempo. No obstante, la inflación es la muestra de que dicho valor no es el más seguro. (Economiapeedia, 2022). Depósito de valor, porque podemos ahorrar dinero para conservar riqueza. (BBVA, 2022). Permite conocer el nivel de riqueza que tiene una persona, una empresa o un país.

A nivel mundial, el dinero se lo utiliza para realizar cualquier tipo de negocio y determinar el valor de la compra o venta del bien o servicio, el dinero permite a los pequeños, medianos y grandes empresarios determinar el valor con el que se pacta el negocio, sea el pago en efectivo, transacciones virtuales, cheques, letras cambios, tarjetas de crédito y débito. En el mundo real, no existen negociaciones que se realicen sin dinero, es allí la importancia del uso del dinero, porque determina un acuerdo de pago, el tipo de divisa que se utilizará, el tipo de cambio que se maneja si es una negociación de carácter internacional.

Transacción Comercial

Una transacción comercial es una operación mercantil en la que un vendedor y un comprador, acuerdan la transferencia

de la propiedad sobre algo, a cambio de un precio previamente acordado. Una transacción comercial es una operación mercantil en la que interfiere dos partes. En esta operación, un vendedor acuerda con un comprador la transferencia de la propiedad sobre algo, ya sea un bien o un servicio. A cambio, esta transferencia se produce por el pago, previamente acordado entre las dos partes, del comprador al vendedor. (Economiapedia, 2022).

Las transacciones comerciales se practican a nivel local y global, una vez que se ha acordado una negociación, la transacción es el pago que realiza un comprador por una negociación pactada en un determinado tiempo, con la transacción la compra queda pagada. Las transacciones pueden ser virtuales por medio de aplicativos tecnológicos especializados o pueden ser mediante instituciones financieras.

Comercio electrónico

El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, transferencia electrónica de fondos, compraventa electrónica de acciones, conocimientos de embarque electrónicos, subastas, diseños y proyectos conjuntos, prestación de servicios en línea (on line sourcing), contratación pública, comercialización directa al consumidor y servicios posventa. (Maldonado, 2017)

El comercio electrónico presenta diferentes opciones como medios de pagos, que aprueba a los interesados ajustarse de acuerdo a sus necesidades; las tarjetas de crédito es una de las opciones más utilizadas debido a la aceptación que tienen a nivel mundial y a la rapidez para realizar un pago o una compra; sin embargo existen otras opciones que se pueden utilizar para realizar una actividad mercantil, tales como las transferencias bancarias, que consisten en transferir dinero de una cuenta bancaria a otra, por lo general es más utilizada cuando se trata de transacciones que representa grandes cantidades de dinero.

La historia del Comercio electrónico es bastante similar a la del Internet, el Internet surgió en los años 60' como proyecto del DARPA (Agencia de Investigación de proyectos avanzados de defensa). Respecto al comercio electrónico se suelen considerar en 4 generaciones. Respecto a la Primera Generación: en el año de 1993 las grandes empresas perciben la importancia y comienzan a crear sus sitios web, primero de una manera en la que solo hablan de su negocio, posteriormente empezaron a realizar catálogos en la red, las páginas son estáticas y el modo de comunicación consistía en un formulario que contactaba a través del correo electrónico. Por otra parte, la segunda generación, Inmediatamente las empresas ya vieron la posibilidad de emplear páginas web para sus negocios surgen los centros comerciales virtuales, que consisten en una infraestructura de una tienda virtual e incluso rentaban espacios para otras tiendas que estuviesen interesadas en dar a conocer sus productos, en cuanto al medio de pago se realizaba a través de tarjetas electrónicas las cuales consisten en transferencias de dinero a través de una tarjeta bancaria en la red. (Guerra, 2012).

La creación del Internet ha revolucionado la forma en que interactúan las personas y las organizaciones. El Internet ha sido la base para la creación de diversos servicios como el correo electrónico y la World Wide Web (WWW o simplemente la Web). La Web se ha utilizado a su vez para innovar en la creación de modelos de negocio, dando origen a múltiples aplicaciones como portales, buscadores de información, agregadores de contenido, redes sociales y comercio electrónico. (Picazo, Ramírez, & Luna, 2012)

El comercio electrónico en particular ha sido un factor determinante en la transformación de prácticas mercantiles. Las industrias que manejan bienes digitales –como la industria de software o la música–son aquellas que se han visto más afectadas por la revolución del Internet. La facilidad para reproducir y entregar este tipo de bienes digitales no sólo ha dado origen a nuevos modelos de negocios como: iTunes o Netflix, sino que ha creado nuevos retos para la

industria en términos de piratería y protección de derechos de autor. Otros negocios como Google han logrado aprovechar los llamados efectos de red en la creación de mercados de múltiples lados y generando riqueza al conectar clientes que buscan información con empresas que ofrecen bienes y servicios a través de publicidad. (Picazo, Ramírez, & Luna, 2012).

Discusión

Las ventas que el Ecuador mantiene producto de actividad económica mediante el comercio electrónico han representado para el país cuantiosas entradas de divisa, que muestra lo dinámico que se vuelve el comercio, cuando se utiliza como medio de comercialización aplicativos tecnológicos que permiten ahorrar tiempo y dinero.

La tabla No. 2, muestra una tendencia ascendente de los ingresos que el país obtuvo por venta mediante el comercio electrónico; el incremento de las ventas obedece a que cada vez los usuarios actualizan y se digitalizan en el uso de dispositivos electrónicos que le brinda la facilidad de realizar su actividad mercantil en línea. Los negocios de ventas tradicionales realizan ventas mediante las dos modalidades, que a su vez les representa una mayor rentabilidad. Los beneficios que experimentan los vendedores mediante el comercio electrónico son varios, debido a las grandes bondades que le proporciona una tienda virtual a un oferente, sea este pequeño, mediano o grande empresario.

Tabla 2

Comercio electrónico en Ecuador, expresado en millones de dólares.

Detalle	2018	2019	2020	2021	2022*
Ventas	1,286.00	1,500.00	2,760.00	3,220.00	4,000.00

Nota Elaborado a partir del Instituto de Comercio Electrónico

De acuerdo con el análisis realizado sobre las ventas que el Ecuador mantuvo por comercio electrónico en los periodos que van desde el 2018 al 2021 y proyecciones para el 2022, se

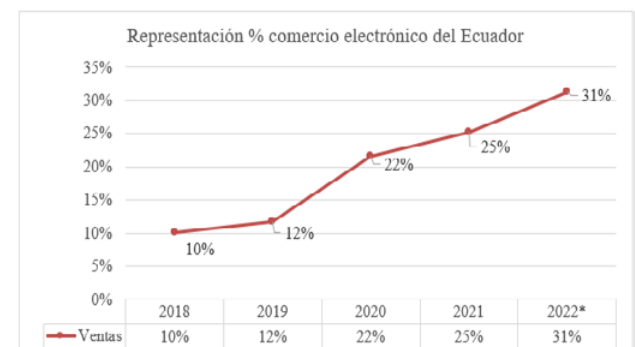
aclara que los datos tomados de la totalidad de las ventas sean internas y externas sin identificar cual pertenece en cada caso. En los periodos antes mencionados el país mantuvo un total de ventas por 12,766 millones de dólares, las mismas que se distribuyen en términos porcentuales de la manera que muestra la figura.

Un dato curioso que muestra la figura es que el mayor periodo de auge en las ventas fue precisamente en el año 2020, periodo de confinamiento provocado por la pandemia del Covid-19, en el que el aparato productivo del país tuvo que cambiar el esquema de producción para poder dinamizar su economía.

En ese proceso de transición, sirvió como para que las personas no solo de Ecuador, sino del mundo entero se actualicen en técnicas del uso de las TICs, las ventas tradicionales, pasaron a realizarse en línea, por lo que surge la necesidad de adaptación a nuevos modelos de desarrollo, tanto para las empresas como para las familias y el Estado, en que la tecnología pasó a ser parte importante e indispensable para cualquier actividad económica que se necesita realizar. Las empresas tuvieron que idearse esquemas de ventas fácil y seguro a través de plataformas virtuales para satisfacer las demandas de los compradores.

Figura 1

Representación % del comercio electrónico



Nota: Fuente Instituto de Comercio Electrónico

Ventajas del Comercio Electrónico

Las ventajas del comercio electrónico son muy numerosas frente al comercio tradicional.

También ofrece muchas oportunidades para los retailers o comerciantes no sólo para tener un canal adicional de ventas, sino también para abrir nuevos mercados, promocionar sus productos y ampliar sus posibilidades de negocio. En este sentido, el comercio electrónico supone una ventaja competitiva y una oportunidad de negocio muy interesante. (Jiménez, 2019).

Ventas las 24 horas sin parar

El comercio electrónico permite realizar ventas las 24 horas, la gran ventaja es que puedes vender mientras duermes. Cualquier cliente puede tener acceso a la tienda virtual y realizar su transacción sin importar el horario. Con el comercio electrónico, un usuario puede efectuar su compra en a cualquier hora de del día y de la noche. Además, los clientes ya no necesitan esperar que le contestes al inbox de las redes sociales, ellos mismos pueden realizar todo el proceso de compra en la tienda virtual.

Menor inversión para iniciar un negocio

El uso del comercio electrónico permite abrir una tienda virtual con menor riesgo de inversión a diferencia de apertura un local físico. Para los pequeños negocios que recién inician no tienen que pagar por almacén, inventario, mantenimiento, personal de atención, ni pagar un alquiler para vender. (E-commerce, 2022). Sin embargo, la inversión que es fija y de gran relevancia tendrá es con la plataforma web, debido a que es el medio, en el que se promocionará y venderá el producto. El comercio en línea supone un negocio con baja inversión y comodidad de atención al cliente en horarios abiertos de manera permanente.

Recolección de datos para personalizar una de las estrategias de ventas

Una de las grandes ventajas del comercio electrónico sobre el comercio tradicional es la facilidad de obtener datos del cliente para conocerlos mejor, entender sus necesidades y mejorar la experiencia para que sigan comprando en tu tienda online. (E-commerce, 2022). Determina que el vendedor conozca los

gustos y preferencias de los compradores, lo que permite brindar a un mejor servicio de acuerdo con el comportamiento del demandante. Ese estudio lo realiza el vendedor mediante los datos que el comprador deja en el momento que realiza la compra, como correo, producto demandado, cada tiempo que tarda en comprar.

Ventas en el mercado extranjero

Una de la gran ventaja del comercio electrónico, es que cualquier persona puede ingresar y hacer compras en una tienda virtual, sin importar en dónde se encuentre. Además, existen pasarelas de pago para tiendas virtuales que facilitan las transacciones internacionales mostrando los precios en la moneda de tu cliente. (E-commerce, 2022). De igual forma, con una buena estrategia de posicionamiento SEO y publicidad online, los sujetos que desean iniciar una venta en línea podrás posicionar su negocio local en cualquier país donde identifique un mercado potencial.

Facilidad para presentar información sobre el producto

Es una de las ventajas relevantes, para el comprador que puede buscar en línea el producto y verificar si reúne los requisitos que desea para comprarlo, de igual manera para el vendedor le permite promocionar el producto en base a la demanda del mercado, la misma que la pudo obtener previo una investigación relacionada a los gustos y preferencias de los demandantes.

Las tiendas online permiten una investigación exhaustiva en internet antes de comprar un producto. Incluso si termina comprando en una tienda física, es altamente probable que haya investigado anteriormente en línea sobre el producto. Y es que en el mundo online se despliega un portal de información que las personas quieren conocer antes de decidirse por comprar un artículo: detalles, tamaños, reseñas, comparación de precios y marcas, horario de apertura de la tienda, etc. (E-commerce, 2022). Las ventas electrónicas permiten colocar un alto nivel informativo para los consumidores, que lo convierten en un mecanismo preferente como

medio de compra para los demandantes.

Dato informativo para emprendedores

Un estudio de Google reveló que el 94% deciden su compra basándose en lo que investigan en Internet. (E-commerce, 2022). Lo que indica que, si un sujeto desea iniciar un negocio, el medio indicado es que promocióne sus productos vía internet, debido a que la sociedad vive en un mundo moderno en el que la tecnología es vuelve a los entes económico dependiente del recurso que brinda. El mundo electrónico se convierte en uno de los recursos más importante para un negocio, porque las personas pueden obtener y brindar información en cualquier momento sin importar la hora o día.

Proporciona abundante información específica del producto

Uno de los mejores beneficios del e-commerce es que todos los productos de diferentes categorías pueden tener su propia ficha con toda la información necesaria que necesita el cliente para decidir su compra. (E-commerce, 2022). Es la opción que le permite poner toda la información relevante del producto, tales como: tallas, colores, marca, precios, promociones, materiales, entre otros.

La característica que determina el uso de las compras y ventas en línea es que la información queda siempre disponible para responder todas las interrogantes del cliente y hacerle sentir seguro al momento de comprar tu producto en línea.

El comercio electrónico, permite crear mercados nichos

En el mercado nicho se refiere a productos un poco difícil de colocar a la venta como, por ejemplo: productos ecológicos de belleza, gadgets curiosos, artículos de papelería, o productos que van dirigidos a un público súper específico que difícilmente se puede llegar al cliente de manera tradicional.

Es normal que al vender productos de nicho probablemente encuentres difícil

posicionarte en el mundo físico con un local tradicional y llegar a un perfil único de compradores. Pero en Internet, solo basta con que una persona realice una búsqueda sobre ese ítem especial para llegar al producto. Como no son productos que abarcan un público generalista, tener una tienda virtual para esos productos de nicho hace más fácil colocar el producto en el mercado. (E-commerce, 2022).

Diversificación en las formas de pago

Una de las más importantes ventajas del comercio electrónico es que te permite integrar diversos métodos y medios de pago que se ajusten a las preferencias de los clientes tales como: tarjetas de débito, crédito, transferencia bancaria, depósito en efectivo e incluso apps como Yape o Plin entre otras Tener variedad de formas de pago una tienda virtual, el cliente puede elegir el método que se le haga más cómodo y hacer la transacción sin rechazar la compra. (E-commerce, 2022). Esto le permite al vendedor asegurar la venta de manera fácil rápida y sencilla, a su vez brindar una imagen valiosa importante al cliente de un buen servicio que le permite satisfacer sus necesidades

Desventajas del e-commerce

Debido a la falta de recursos, características del producto, tiendas clásicas, desconocimientos de parte de los vendedores, entre otros, genera desventajas a la aplicación del comercio electrónico; ya que no todos los compradores demandan un producto sin antes verificarlo de manera física. Para un vendedor que desconozca el uso de los recursos electrónico se le convierte en una desventaja, que limitaría sus ventas para un público moderno, de igual manera para tiendas clásicas que sus ventas han sido directas en el local, de manera que el cliente puede verificar directamente el producto; de igual manera para los emprendedores en pueblos con tecnología limitada de escasos recursos, se les hace difícil aprovechar las ventas en líneas.

Todos los productos se venden por internet.

Una de las desventajas del comercio

electrónico es que, a pesar de que puede funcionar muy bien para todos los rubros, existen ciertos productos que por su misma naturaleza son más difíciles de vender mediante una tienda virtual. No todos los productos pueden venderse en línea con la misma facilidad. Dependiendo de tu nicho de negocio, podrías necesitar dedicarle más esfuerzos a impulsar las ventas de tu e-commerce a diferencia de otros. (E-commerce, 2022).

Estos productos requieren de una estrategia diferentes, que en realidad van enfocadas a la venta directa en locales, por la clase del producto que requiere una observación directa u contacto con el cliente. Adicional que un público selecto que observa lo mínimo no puede realizar una compra en línea debido al nivel de desconfianza que se le genera.

Desconfianza de las compras en línea

Aunque cada vez hay menos personas que se muestran reacias a comprar online, la desconfianza de adquirir productos vía internet aún persiste. Muchas veces, los usuarios desconfían de las compras en tiendas virtuales porque le solicitan los datos de sus tarjetas para realizar la transacción. Naturalmente, tienen miedo a que sea una estafa y le roben el dinero. Otros de sus miedos tienen que ver con la entrega del producto, los clientes se preguntan: ¿llegará mi pedido a tiempo? ¿qué pasa si nunca llega y no me quieren reembolsar? (E-commerce, 2022). Este tipo de casos dificulta las ventas en línea, sobre todo cuando compradores han experimentado algún caso en el que sus expectativas por el uso de las compras virtuales son riesgosas.

Desconocimiento del uso de las TICs

Emprender ventas mediante tiendas online, se vuelve difícil cuando no tienes ningún conocimiento técnico en una de las principales desventajas del e-commerce. Sin el conocimiento del uso de la tecnología, lo más probable es que el emprendedor necesite ayuda técnica, para instalación de programas, presentación de la tienda online, estructura completa de la publicidad y la forma de transferir pagos y

cobros por el producto. Durante el tiempo que una actividad de comercio electrónico funcione, va a ir necesitando actualizaciones en sus bases de datos, presentaciones, actualizaciones de programas, nuevos medios pagos y cobros electrónicos, lo que implica dificultad para el propietario sino tiene conocimiento en las TICs.

Competencia en el comercio electrónico

Actualmente, son muchos los negocios que se han digitalizado y por ende hay mucha más competencia en el e-commerce de la que había hace unos años. (E-commerce, 2022). Lo que plantea una desventaja para los nuevos emprendedores que quieren iniciar un negocio en línea, debido a que como son nuevos desconocen la forma de manejar las estrategias de ventas en línea frente a un mercado con gran experiencia que dominan técnicas y una base de datos selecta y valiosa para comercializar. Sin embargo, una buena estrategia de comercialización ayuda a mantenerse en el mercado en línea, lo que implica un estudio técnico enfocado a satisfacer las necesidades de los demandantes y en especial en generar preferencia y confianza en los clientes que son los que determinan si el concesionamiento de una tienda en línea.

Riesgo de ser hackeado

Es una de las desventajas más riesgosas a la que se expone un negocio a través de medios electrónicos, cada vez que aparece una nueva tienda vía online, se convierte en un blanco para los hackers, que estarán pendientes del tipo de producto que la tienda venda y de la vulnerabilidad del programa que utilice para realizar su actividad mercantil. Es un riesgo al que se exponen normalmente todos los negocios que se realizan mediante el comercio electrónico, sin embargo, para minimizar el riesgo existen plataformas virtuales altamente confiables que ofrecen servicios para estructurar una página adecuada con el portal y con soporte técnico de calidad y confiabilidad. Existen numerosos casos en los que los demandantes han sido estafados mediante medios electrónicos, por tal razón, el proveedor del producto debe asegurarse que el programe en el que ofrece sus productos sea

de calidad y tenga los permisos necesarios que determina la ley.

Fallas en los programas virtuales

Otra de las desventajas del comercio electrónico es que en algún momento la página o servidor se caen, impidiendo que los clientes puedan realizar sus compras, lo cual genera pérdidas en las ventas durante el tiempo que la página se encuentre inactiva; por tal razón es importante conocer que el servidor que se contrata sea de calidad.

En el mundo real, esta desventaja ha afectado a todo tipo de e-commerce desde el más pequeño al más grande, en el mundo entero se sufren de estos imprevistos, por lo que se recomienda revisar constantemente la página y evaluarla con la finalidad de evitar situaciones de pérdidas en las ventas por problemas en la plataforma.

Costos adicionales de envíos

Existirán clientes que desistirán en comprar los productos al ver el coste adicional de envío. Lo que podría suponer una desventaja que haría perder una cierta cantidad de ventas. Por tal razón en la tienda online se debe hacer evidente que el precio del producto no incluye el envío, y que podrán ver el monto adicional al hacer su checkout, dependiendo de la ciudad donde se encuentre el comprador. (E-commerce, 2022). Es importante que los clientes conozcan esos datos, para que al momento de realizar la compra este consciente del pago adicional que debe realizar por el envío. Esta desventaja provoca una reacción negativa en los consumidores, peor aún si aún no se detalla el valor por el envío, lo que hace que los demandantes decidan no realizar la compra.

Dificultad de saber que tan bueno es el producto antes de adquirirlo

A diferencia de un comercio tradicional, los clientes mediante el comercio electrónico no podrán probar o utilizar el producto en venta antes de comprarlo. En algunas ocasiones, la imposibilidad de poder tocarlo o verlo como es realmente podría despertar duda de la calidad

del producto, haciendo que el cliente desista de la compra por miedo a que cuando llegue el producto a su domicilio éste no sea lo que esperaba. (E-commerce, 2022). Para evitar este tipo de desventaja es importante que se muestren fotos reales del producto, tomadas en diferentes ángulos, realizar videos que se puedan reproducir sin ningún inconveniente y explicar cómo funciona el producto en el caso que se trate de un aparato tecnológico.

Conclusiones

Se analizó al comercio electrónico como medio fundamental, para realizar transacciones comerciales a nivel mundial, producto de las ventas y compra de las actividades mercantiles, en respuesta a las necesidades de los oferentes y demandantes de los distintos mercados en los que realicen sus actividades.

Se determinaron las ventajas que brinda el comercio electrónico como medio de intercambio, al momento de realizar compras y ventas con el resto del mundo, el mismo que permite ahorrar tiempo y dinero en las actividades comerciales, convirtiéndose en un medio eficiente por las variedades de alternativas que brinda a los usuarios.

Se analizaron las desventajas que muestra el comercio electrónico, debido al nivel de desconfianza que puede generar al momento de realizar una transacción mercantil; la desconfianza de no tener la certeza si el producto que se va a demandar cumple con las expectativas del comprador.

Se analizaron las ventas que el Ecuador ha realizado en los períodos 2018 -2022, en la que se muestra una tendencia creciente, debido a que el país cada vez se está digitalizando haciendo uso de las TICs, como medio fundamental para realizar las actividades mercantiles a nivel local e internacional.

Referencias bibliográficas.

Asesores, A. (2021). La importancia del dinero y su evolución en la historia. Obtenido de Cinco Días: <https://cincodias.elpais>.

com/cincodias/2018/09/13/abante_asesores/1536831660_485859.html

- Asesores, A. (21 de Julio de 2022). El dinero. Obtenido de Cinco Días: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/13/abante_asesores/1536831660_485859.html
- Asesores, A. (21 de Julio de 2022). Funciones del dinero. Obtenido de Cinco Días: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/13/abante_asesores/1536831660_485859.html
- BBVA. (21 de Julio de 2022). Funciones del dinero. Obtenido de Educación Financiera: <https://www.bbva.com/es/que-es-el-dinero/>
- BBVA. (21 de Julio de 2022). Obtenido de Educación Financiera: <https://www.bbva.com/es/que-es-el-dinero/>
- Bolsalea Publicidad S.L. (2022). Antecedentes del comercio. Obtenido de <https://www.bolsalea.com/blog/2013/05/los-origenes-del-comercio/>: <https://www.bolsalea.com/blog/2013/05/los-origenes-del-comercio/>
- Congreso nacional. (2022). Ley del Comercio Electronico.
- E-commerce. (2022). Rigrablog. Obtenido de Ventajas del comercio electronico: <https://blog.riqra.com/posts/8-ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico>
- Economiapedia. (22 de Julio de 2022). Economia Pedia. Obtenido de El dinero: <https://economipedia.com/definiciones/dinero.html>
- Economiapedia. (22 de Julio de 2022). Economiapedia. Obtenido de El dinero como medio de pago: <https://economipedia.com/definiciones/dinero.html>
- Economiapedia. (22 de Julio de 2022). Economiapedia. Obtenido de Transacción comercial: <https://economipedia.com/definiciones/transaccion-comercial.html#:~:text=Una%20transacci%C3%B3n%20comercial%20es%20una,la%20que%20interfieren%20dos%20partes.>
- Escuela de Emprendedores. (21 de Julio de 2022). Escuela de Emprendedores. Obtenido de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/marketing/caracteristicas-ecommerce/>
- Guerra, T. D. (2012). Historia del comercio Electronico. Eumed. Net, 12. Obtenido de https://scholar.google.com/ec/scholar?q=hISTORIA+DEL+COMERCIO+ELECTRONICO&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar
- Jiménez, Y. J. (2019). Ventajas y desventajas del comercio electronico. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16999/3/2019_Comercio_electronico_ventajas.pdf
- Maldonado, J. (2017). Comercio electrónico. Ideas fundamentales. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/comercio-electronico-ideas-fundamentales/>
- Picazo, S., Ramírez, P., & Luna, L. (2012). Comercio Electronico. RECAI. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/6379/637967190003.pdf>
- Picazo, S., Ramírez, P., & Luna, L. (2012). Comercio electrónico y emprendimiento: un análisis aplicando la teoría del. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, vol. 2, núm. 5, 20.