

El comercio Electrónico en los Emprendimientos

E-Commerce in Entrepreneurship

Patricia de Lourdes León-Monar ¹
Universidad Estatal de Bolívar - Ecuador
pleon@ueb.edu.ec

Edgar Patricio Rivadeneira-Ramos ²
Universidad Estatal de Bolívar - Ecuador
eribaden@ueb.edu.ec

Fátima del Rocío Núñez-Aguilar ³
Universidad Estatal de Bolívar - Ecuador
fnunez@ueb.edu.ec

Paola Estefania Albán-Trujillo ⁴
Universidad Estatal de Bolívar - Ecuador
palban@ueb.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2023.4.1829

V8-N4 (jul-ago) 2023, pp. 461-470 | Recibido: 14 de marzo de 2023 - Aceptado: 21 de junio de 2023 (2 ronda rev.)

1 Ingeniera en Marketing con Maestría en Gestión de Marketing y Servicio al Cliente graduada de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Preste mis servicios Profesionales como Asesora a DISPROTEXTIL S.A en la Unidad Comercial, área de Marketing, experiencia Docente en el centro de capacitación ACIBAG, Universidad Nacional de Chimborazo y Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6129-3837>

2 Licenciado en Informática por la Universidad Estatal de Bolívar, Magister en Gerencia Educativa por la Universidad Estatal de Bolívar, Máster profesionalizante en Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación por la Universidad Autónoma de Barcelona
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5436-2486>

3 Tengo 20 años de experiencia en la docencia, he sumido algunas representaciones por elección popular, además he participado como directora y par académica de trabajos de investigación de pregrado y posgrado.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5757-785X>

4 Nací en Guaranda – Ecuador el 06 de Julio de 1988, graduada en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo como Ingeniera en Marketing, Magister en Gestión de Proyectos en la Universidad Tecnológica Indoamérica

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8311-5767>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

Los cambios tecnológicos y la constante evolución del e-commerce están teniendo un profundo impacto en la economía, por una parte, en la forma de hacer negocios y por otra la de comprar mediante una plataforma electrónica o en internet.

Esta investigación tiene como principal objetivo identificar el impacto del e-commerce y tendencias que enfrentan los emprendedores en 2023, destacando la adopción de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la automatización para mejorar la eficiencia y la productividad de los negocios, así como la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles y amigables con el medio ambiente. También se destaca el crecimiento exponencial del comercio electrónico a nivel mundial y su impacto en los emprendimientos, siendo una herramienta importante para llegar a un público más amplio y diverso.

La metodología empleada fue de una investigación de tipo documental, proveniente de fuentes secundarias o documentales, de las cuales se obtuvo la base informativa que permitió consolidar conceptos e ideas. Además, se empleó un enfoque cualitativo, y métodos inductivo y analítico. Los principales resultados identificados en cuanto a impacto son: falta de infraestructura digital; falta de confianza de los consumidores en las transacciones en línea; falta de capacitación en tecnología digital para los pequeños y medianos empresarios; débil actitud de formación; inhabilidad para toma de decisiones; desconocimiento para la aplicación de la innovación tecnológica. Por otro lado, se detectaron las principales tendencias como: prácticas sostenibles, alcance de público; disminución de contratación de personal; nuevas formas de satisfacer clientes; sistematización avanzada de recolección de datos, análisis de datos y generación de métricas; toma de decisiones inmediatas; mejora de infraestructura digital y capacitación a emprendedores; adaptaciones a las formas de financiamiento; alianzas con intermediarios logísticos; variedad de estrategias de marketing digital; regulación y mejoras en las políticas de seguridad de datos.

Palabras claves: comercio electrónico; emprendimientos; tendencias; oportunidades; sostenibilidad

ABSTRACT

Technological changes and the constant evolution of e-commerce are having a profound impact on the economy, on the one hand, in the way of doing business and, on the other, buying through an electronic platform or on the Internet.

The main objective of this research is to identify the impact of e-commerce and trends faced by entrepreneurs in 2023, highlighting the adoption of emerging technologies such as artificial intelligence and automation to improve business efficiency and productivity, and the need to adopt more sustainable and environmentally friendly practices. It also highlights the exponential growth of electronic commerce worldwide and its impact on entrepreneurship, an important tool for reaching a broader and more diverse audience.

The methodology used was a documentary-type investigation, from secondary or documentary sources, from which the information base was obtained to consolidate concepts and ideas. The main results identified in terms of impact are lack of digital infrastructure; lack of consumer confidence in online transactions; lack of training in digital technology for small and medium-sized businesses; weak training attitude; inability to make decisions; lack of knowledge for the application of technological innovation. On the other hand, the main trends were detected, such as sustainable practices, public reach; decrease in hiring of personnel; new ways to satisfy customers; advanced systematization of data collection, data analysis and generation of metrics; immediate decision making; improvement of digital infrastructure and training for entrepreneurs; adaptations to the forms of financing; alliances with logistics intermediaries; a variety of digital marketing strategies; regulation and improvements in data security policies

Keywords: e-commerce; entrepreneurship; trends; opportunities; sustainability

Introducción

El comercio electrónico ha transformado radicalmente la forma en que los emprendimientos operan y se expanden en la actualidad. Con el avance de la tecnología y la creciente adopción de Internet, las empresas han encontrado en el comercio electrónico una poderosa herramienta para llegar a un público más amplio y ofrecer sus productos y servicios de manera eficiente y conveniente.

Según el informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), el comercio electrónico experimentó un crecimiento significativo en los últimos años, y se espera que esta tendencia continúe en el futuro. Las ventas minoristas en línea han aumentado considerablemente, superando las barreras geográficas y brindando oportunidades para que los emprendedores lleguen a mercados globales. Esta expansión global del comercio electrónico ha abierto un abanico de posibilidades para emprendimientos de todos los tamaños, permitiéndoles competir con empresas más establecidas y acceder a clientes en todo el mundo. (Accenture, 2018)

El comercio electrónico también ha desencadenado una serie de efectos en los emprendimientos. Uno de los principales beneficios es la reducción de costos operativos. Según un estudio de la consultora McKinsey, las empresas que adoptan el comercio electrónico pueden lograr ahorros significativos en áreas como el almacenamiento, la logística y el personal. Esto se debe a la automatización de procesos, la eliminación de intermediarios y la optimización de la cadena de suministro (McKinsey & Company, 2017). Estos ahorros permiten a los emprendimientos reinvertir en el crecimiento de sus negocios y desarrollar estrategias de marketing más efectivas.

Además, el comercio electrónico ha permitido a los emprendedores personalizar y segmentar sus ofertas para satisfacer las necesidades específicas de los clientes. Según un informe de la consultora Accenture, el 91% de los consumidores afirma que son más propensos a comprar productos o servicios de empresas que ofrecen recomendaciones y ofertas personalizadas (Accenture, 2018). Esto significa que los emprendimientos pueden utilizar datos y análisis para comprender mejor a sus clientes y brindarles experiencias de compra únicas y relevantes.

En este artículo, se exploran algunas tendencias clave que se esperan en el mundo de los emprendimientos en 2023, incluyendo el uso de tecnologías emergentes, el enfoque en la sostenibilidad y el impacto del comercio electrónico en los emprendimientos a nivel mundial, latinoamericano y ecuatoriano.

Materiales y Método

La metodología que se utilizó en el presente artículo es de tipo Documental basada en una revisión bibliográfica de la literatura, para lo cual se recurrió a fuentes secundarias del área de conocimiento, siendo estos principalmente evidencia documental, por lo que se dio cabida a una búsqueda exhaustiva de artículos científicos, libros, informes, documentos oficiales, artículos periodísticos y páginas en internet. Las bases de datos utilizadas incluirán: Scopus, Web of Science, Google Scholar y varios sitios web.

Además, se empleó un enfoque cualitativo, el cual estará guiado por una pregunta de investigación, la cual consiste en saber ¿Cuál es el impacto del comercio electrónico en los emprendimientos y cuáles son las tendencias actuales y futuras en este campo? La investigación pretende dar respuesta en un grado muy amplio y generalizado con respecto a los emprendimientos. Se comprende entonces, que se desea analizar cualitativamente el desarrollo o desempeño de los emprendimientos en un contexto general, así como, las actividades y situaciones relacionadas con ello, a través de un tratamiento no numérico de los datos. Para el efecto, se utilizaron métodos inductivo y analítico.

Resultados

Por medio de estudio profundo en el contexto bibliográfico se da cabida a una suma de argumentos, los cuales buscan responder a la pregunta del presente artículo, es así que, se pretende contextualizar a los emprendimientos desde la experimentación que han atravesado en los últimos años, así como, lo que se espera que continúen evolucionando.

Arango & Mora (2021) mencionan que los emprendimientos han sufrido cambios significativos desde la adopción de nuevas tecnologías hasta la necesidad de prepararse constantemente para una serie de desafíos y oportunidades en los próximos años. En este artículo, explicaremos algunas tendencias clave que se esperan en el mundo de los emprendimientos en 2023.

Impacto del comercio electrónico en los emprendimientos

En este artículo científico se revisará la situación actual del comercio electrónico en los emprendimientos mundiales, para luego analizar su impacto en el contexto latinoamericano y, finalmente, en el contexto del Ecuador.

De acuerdo con el comercio electrónico en emprendimientos mundiales, se comprende según datos del informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2021 que, el comercio electrónico a nivel mundial ha crecido a una tasa del 7% en los últimos años, alcanzando los 26,7 billones de dólares en 2019. Se estima que para el año 2023, el comercio electrónico alcanzará los 40 billones de dólares (Naciones Unidas., 2021).

En cuanto a la participación de los emprendimientos en el comercio electrónico, se estima que alrededor del 20% de los negocios a nivel mundial venden sus productos o servicios en línea. Esto se debe a que el comercio electrónico permite a los emprendimientos llegar a un público más amplio y diverso, sin restricciones de tiempo ni lugar (Naciones Unidas, 2021).

A su vez, en el contexto de América Latina, el comercio electrónico también ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Según el informe de la CEPAL de 2021, el comercio electrónico en América Latina creció un 37% en 2020, alcanzando los 84 mil millones de dólares. Sin embargo, aún existen barreras para el crecimiento del comercio electrónico en la región. Algunos de los principales obstáculos son la falta de infraestructura digital, la falta de confianza de los consumidores en las transacciones en línea y la falta de capacitación en tecnología digital para los pequeños y medianos empresarios (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021).

Por otro lado, muchos consumidores ecuatorianos todavía prefieren comprar en tiendas físicas en lugar de en línea debido a la falta de confianza en la seguridad y la calidad del producto. Las empresas que se centran en la construcción de relaciones de confianza con los clientes y en la creación de experiencias de usuario sólidas y personalizadas tendrán éxito en el mercado ecuatoriano.

Se ha podido observar que los emprendimientos presentan una mayor adopción de tecnologías emergentes, tales como: la inteligencia artificial, la automatización y el aprendizaje automático, ha sido una tendencia en aumento en los últimos años, por lo que se espera que esta tendencia continúe en 2023, ya que los emprendedores buscan utilizar estas tecnologías para mejorar la eficiencia y la productividad de sus negocios (Gaviria & Saavedra, 2021). La automatización y la inteligencia artificial, por ejemplo, pueden ayudar a reducir los costos y mejorar la eficiencia en procesos como el servicio al cliente, el análisis de datos y la gestión de inventario.

El comercio electrónico ha tenido un impacto significativo en los emprendimientos en Ecuador, al igual que en muchos otros países. A medida que la adopción de Internet y la penetración de dispositivos móviles aumentan en Ecuador, cada vez más emprendedores están aprovechando las oportunidades que brinda el comercio electrónico para hacer crecer sus negocios.

Uno de los impactos más destacados del comercio electrónico en los emprendimientos ecuatorianos es la ampliación del alcance y la capacidad de llegar a un público más amplio. Anteriormente, los emprendimientos estaban limitados a su ubicación física y al público local. Sin embargo, el comercio electrónico ha roto esas barreras geográficas y ha permitido que los emprendedores lleguen a clientes en todo el país e incluso en el extranjero. Esto ha abierto nuevas posibilidades de crecimiento y expansión para los emprendimientos en Ecuador, especialmente para aquellos que ofrecen productos únicos y especializados.

Según el informe del Banco Central del Ecuador (2022), el comercio electrónico en el país ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. El informe destaca que la adopción de Internet y el uso de dispositivos móviles han contribuido al aumento de las transacciones en línea, brindando a los emprendedores ecuatorianos la oportunidad de llegar a una base de clientes más amplia y diversa.

Otro impacto importante es la reducción de costos operativos. El comercio electrónico permite a los emprendimientos optimizar sus procesos de venta, eliminando intermediarios y reduciendo los gastos asociados con la infraestructura física y el personal. Al utilizar plataformas de comercio electrónico y servicios de logística, los emprendedores pueden agilizar sus operaciones y aumentar su eficiencia, lo que se traduce en ahorros significativos. Según el informe de la Cámara de Comercio de Quito (2021), la adopción del comercio electrónico ha permitido a los emprendimientos ecuatorianos reducir los costos de distribución y logística, lo que ha resultado en una mejora en su rentabilidad.

Además, el comercio electrónico ha proporcionado a los emprendimientos en Ecuador la capacidad de mejorar la experiencia del cliente y ofrecer servicios más personalizados. A través de herramientas de análisis y segmentación de clientes, los emprendedores pueden comprender mejor las preferencias y necesidades de sus clientes, lo que les permite ofrecer productos y servicios adaptados a sus gustos individuales. Esto no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también aumenta las posibilidades de fidelización y repetición de compras.

Si bien existen desafíos en el ámbito del comercio electrónico para los emprendimientos en Ecuador, como la seguridad de las transacciones en línea y la competencia en el mercado digital, los emprendedores ecuatorianos pueden aprovechar las oportunidades que brinda el comercio electrónico al desarrollar estrategias sólidas y mantenerse actualizados en las tendencias del mercado (Cámara de Comercio de Quito, 2021).

Tendencias del comercio electrónico en los emprendimientos

Los emprendimientos, por otro lado, también presentan un aumento del enfoque en la sostenibilidad, ello devenido de la creciente conciencia sobre los impactos ambientales de los negocios, se espera que los emprendimientos adopten un enfoque más sostenible. Los emprendedores pueden buscar formas de reducir su huella de carbono y de crear productos o servicios que sean más amigables con el medio ambiente (Álvarez & Arias, 2021). Además, es posible que los consumidores prefieran hacer negocios con empresas que tengan prácticas sostenibles, lo que podría ser una ventaja competitiva para los emprendimientos.

A su vez, se comprende que, en la actualidad, el comercio electrónico ha revolucionado el mundo de los negocios. Cada vez son más los emprendimientos que optan por vender sus productos y servicios a través de internet, y esto ha generado un crecimiento exponencial del comercio electrónico en todo el mundo (Laudon & Traver, 2019).

A partir de lo planteado es de importancia dar cabida a una pregunta significativa, desde la cual se busca resolver ¿por qué el comercio electrónico es una opción atractiva para los emprendedores? Es así que a continuación se exponen los mencionados aspectos:

Alcance global: Uno de los mayores beneficios del comercio electrónico es que permite a los emprendedores llegar a un público global. En lugar de limitarse a un área geográfica específica, pueden vender sus productos o servicios en todo el mundo, lo que puede aumentar significativamente su base de clientes y, por lo tanto, sus ingresos (Hsiao & Hsiao, 2019).

Reducción de costos: El comercio electrónico puede reducir significativamente los costos asociados con un negocio tradicional. No hay necesidad de alquilar un espacio físico para la tienda, lo que significa que los costos de alquiler, mantenimiento y servicios públicos se reducen drásticamente. Además, el comercio electrónico puede ser manejado por una sola persona o por un pequeño equipo, lo que reduce la necesidad de contratar a un gran número de empleados.

Flexibilidad: El comercio electrónico también ofrece una gran flexibilidad. Los emprendedores pueden vender sus productos o servicios en cualquier momento del día o de la noche, lo que significa que pueden generar ingresos incluso cuando no están en la tienda física. Además, el comercio electrónico permite a los clientes comprar en línea desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente (Hsiao & Hsiao, 2019).

Análisis de datos: El comercio electrónico también ofrece una gran cantidad de datos sobre los clientes y las ventas, lo que puede ser muy valioso para los emprendedores. Los datos pueden ayudar a los emprendedores a tomar decisiones informadas sobre la forma de mejorar su negocio, como la optimización de su sitio web, el desarrollo de nuevos productos o la segmentación de su audiencia.

En ese sentido, el comercio electrónico ha revolucionado el mundo de los negocios, permitiendo a los emprendimientos llegar a un público más amplio y diverso sin restricciones de tiempo ni lugar (Gutierrez, 2020). Si bien el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo en todo el mundo, aún existen desafíos importantes para su crecimiento en América Latina y en Ecuador en particular. Es necesario seguir trabajando en la mejora de la infraestructura digital y en la capacitación de los emprendedores para que puedan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el comercio electrónico.

Cabe mencionar que, uno de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores en el Ecuador es el acceso al financiamiento. A pesar de que el país cuenta con diversas instituciones financieras y programas de crédito para emprendedores, muchos emprendimientos aún tienen dificultades para obtener los recursos que necesitan para crecer. Además, la burocracia y la falta de transparencia en algunos procesos pueden dificultar la obtención de financiamiento y el crecimiento de los emprendimientos.

A pesar de estos desafíos, el Ecuador cuenta con un entorno propicio para el emprendimiento, con un mercado interno amplio y diverso, una ubicación estratégica para el comercio internacional y un clima de negocios favorable. Además, el país cuenta con una amplia variedad de recursos naturales y una rica cultura y patrimonio que pueden servir como base para la creación de nuevos emprendimientos (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca., 2021).

El gobierno ecuatoriano ha tomado medidas para fomentar el emprendimiento en el país, como la creación del Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, que tiene como objetivo impulsar el crecimiento económico a través

del apoyo a los emprendedores y la promoción de la inversión extranjera. También se han creado diversos programas y fondos de financiamiento para emprendedores, como el Fondo de Garantía para la Microempresa (FOGEM) y el Programa de Apoyo a la Microempresa (PAM) (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca., 2022).

A su vez, las empresas a nivel mundial están aumentando su presencia en línea para expandir sus negocios y llegar a nuevos clientes en todo el mundo. Según un informe de Statista, el valor del comercio electrónico mundial alcanzará los 6,5 billones de dólares en 2023. Las empresas más exitosas han adoptado una estrategia integral de comercio electrónico que incluye una presencia en línea sólida, una experiencia de usuario fluida y una logística eficiente.

Además, la personalización de la experiencia del cliente es cada vez más importante para el éxito del comercio electrónico. Los clientes esperan experiencias en línea que sean personalizadas y relevantes para ellos. Las empresas están utilizando datos de los clientes para crear experiencias personalizadas, lo que aumenta las tasas de conversión y la lealtad del cliente.

Con respecto a las tendencias en el campo del comercio electrónico de las empresas latinoamericanas se destaca que el comercio electrónico está creciendo rápidamente, pero todavía hay mucho espacio para el crecimiento. Según un informe de eMarketer, el valor del comercio electrónico en Latinoamérica alcanzará los 110 mil millones de dólares en 2023 (eMarketer, 2021). Sin embargo, hay muchos desafíos que las empresas deben superar para aprovechar al máximo las oportunidades del comercio electrónico en la región.

Uno de los mayores desafíos es la infraestructura de internet. Muchos países de Latinoamérica tienen una infraestructura de internet deficiente, lo que dificulta la experiencia de usuario y la logística de la entrega. Además, la seguridad en línea es una preocupación importante para los clientes latinoamericanos. Las empresas que implementan medidas de seguridad sólidas y transparentes tienen una ventaja competitiva en la región.

Cabe destacar que, con el fin de poder articular a las empresas en el escenario del comercio electrónico se destacan algunas estrategias de importancia, tales como la mejora de la experiencia del usuario, es así que esta es uno de los factores más importantes que influyen en la tasa de conversión de un sitio web de comercio electrónico (Gutierrez, 2020). Los emprendimientos deben asegurarse de que su sitio web sea fácil de navegar y de encontrar productos, que la información del producto sea clara y que el proceso de pago sea sencillo y seguro.

A la postre, otra de las estrategias, es el marketing digital, el cual es clave para atraer y retener clientes en el comercio electrónico. Las empresas deben utilizar una variedad de técnicas de marketing digital, como la publicidad en motores de búsqueda, la publicidad en redes sociales, el marketing de contenidos y el email marketing, para llegar a su audiencia objetivo y fomentar las conversiones.

También se destaca la recopilación y el análisis de datos, los cuales son fundamentales para la toma de decisiones en el comercio electrónico. Los emprendimientos deben hacer un seguimiento de las métricas clave, como la tasa de conversión, el costo por adquisición de clientes y la tasa de abandono del carrito de compras, para identificar áreas de mejora y optimizar su sitio web y estrategias de marketing (Gaviria & Saavedra, 2021).

Además, se debe de considerar la personalización y recomendaciones, las cuales son fundamentales en la experiencia del usuario del comercio electrónico. Las empresas pueden utilizar datos de comportamiento del usuario para personalizar la experiencia de compra, mostrando productos recomendados y ofertas especiales que sean relevantes para el cliente.

Con respecto a algunos factores de importancia que impulsan el desarrollo de los emprendimientos en el campo del comercio electrónico, se puede mencionar al ámbito político, es así que, uno de los aportes devenidos de este factor ha sido la creación de políticas y programas gubernamentales que promuevan el acceso a recursos y financiamiento para los emprendedores. En este sentido, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) reportó en 2020 que el 71% de los países evaluados en su estudio habían implementado algún tipo de programa o política para apoyar el emprendimiento.

Por ejemplo, el gobierno de Singapur ha implementado una serie de iniciativas para apoyar el emprendimiento en el comercio digital, incluyendo el lanzamiento de un programa de financiamiento para startups y el establecimiento de un fondo de capital de riesgo de USD 100 millones para startups de tecnología. Estas iniciativas han dado lugar a un ecosistema de startups próspero y han permitido a Singapur posicionarse como uno de los principales hubs de tecnología en Asia (Decisions, 2019).

Otro aporte político clave para impulsar el emprendimiento en el contexto del comercio digital es la creación de un marco regulatorio claro y estable para el comercio electrónico. Un marco regulatorio claro y estable brinda a los emprendedores la confianza y seguridad necesarias para invertir en el comercio electrónico, lo que a su vez fomenta la innovación y el crecimiento en el sector.

Otro de los ejemplos se observa en la Unión Europea ha establecido una serie de regulaciones para el comercio electrónico, incluyendo la Directiva de Servicios de Pago y la Directiva de Comercio Electrónico. Estas regulaciones han ayudado a crear un marco regulatorio claro y estable para el comercio electrónico en Europa, lo que ha permitido a las empresas expandirse a nuevos mercados y aumentar su alcance (Decisions, 2019).

Además de estos aportes políticos, existen otros que han contribuido al éxito del emprendimiento en el contexto del comercio digital. Por ejemplo, la inversión en infraestructura de tecnología de la información y la comunicación (TIC) es fundamental para el desarrollo del comercio electrónico, ya que permite a las empresas conectarse con sus clientes de manera más eficiente y efectiva. Según un informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la inversión en infraestructura TIC es especialmente importante en los países en desarrollo, donde el acceso a la tecnología aún es limitado.

A los factores antes mencionados se suman los aspectos sociales, las tendencias y sobre todo el desarrollo de nuevas propuestas administrativas, desde donde se impulsa el desarrollo del comercio electrónico en los emprendimientos, es así que, por medio de dichos alcances se ha establecido una suma de estrategias, tales como el darle mayor importancia a la experiencia del cliente, es así que los emprendedores pueden centrarse en crear una experiencia de cliente excepcional a través de una fácil navegación en el sitio web, respuestas rápidas a las preguntas de los clientes, y la personalización de la experiencia de compra. La satisfacción del cliente puede ser clave para la fidelidad del cliente y para la adquisición de nuevos clientes.

A la atención efectiva que se puede otorgar al cliente se suma una mayor flexibilidad y adaptabilidad con el mundo cambiante, es así que, los emprendedores deberán ser cada vez más flexibles y adaptables en 2023. Dentro de este contexto, cabe destacar que, la pandemia de COVID-19 ha demostrado la importancia de ser capaz de adaptarse rápidamente a las circunstancias cambiantes del mercado y las demandas de los clientes. Los emprendedores pueden buscar formas de ser más flexibles en su modelo de negocio, como ofrecer opciones de entrega más flexibles o diversificar su oferta de productos o servicios.

También se puede apostar por una mayor diversidad e inclusión de colaboradores, como tal, los emprendedores pueden buscar formas de asegurar que sus empresas sean inclusivas, como la contratación de empleados de diversas culturas y orígenes, la creación de políticas no discriminatorias y la incorporación de la diversidad en su estrategia

de marketing. La diversidad e inclusión no solo son importantes desde una perspectiva ética, sino que también pueden ser beneficiosas para el éxito del negocio, ya que pueden atraer a un público más amplio y diverso.

A la postre de lo mencionado se destaca que, para poder contar con una oportuna articulación al contexto del comercio electrónico, los emprendimientos deberán de contar con algunos elementos de importancia, tales como la creación de un sitio web, servicio de calidad, opciones de pago y demás aspectos que se profundizan a continuación:

Diseño de un sitio web de calidad: El sitio web es la cara visible de un negocio en línea. Por lo tanto, es importante que el sitio web sea fácil de usar, atractivo y esté optimizado para los motores de búsqueda. Un sitio web bien diseñado puede mejorar significativamente la experiencia del usuario y aumentar las ventas (Budiu, 2020).

Ofrecer un excelente servicio al cliente: El servicio al cliente es fundamental en el comercio electrónico. Los clientes esperan respuestas rápidas y soluciones a sus problemas. Es importante asegurarse de que haya varias opciones de contacto disponibles para los clientes y que se les brinde un servicio rápido y efectivo.

Ofrecer múltiples opciones de pago: Los clientes esperan tener varias opciones de pago disponibles, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, entre otras. Ofrecer múltiples opciones de pago aumenta las posibilidades de que los clientes completen sus compras (Budiu, 2020).

Promocionar el negocio en línea: Es importante promocionar el negocio en línea para atraer nuevos clientes. Las redes sociales, el email marketing y la publicidad en línea son algunas de las formas más efectivas de promocionar un negocio en línea, ello en la medida de que se articulan con una suerte de plataforma multilateral, desde donde se crean interacciones significativas con otros grupos de personas.

Discusión

En cuanto al impacto del comercio electrónico en los emprendimientos, se menciona que alrededor del 20% de los negocios a nivel mundial venden sus productos o servicios en línea. Esto se debe a que el comercio electrónico permite a los emprendimientos llegar a un público más amplio y diverso, sin restricciones de tiempo ni lugar, según datos de eMarketer “a nivel mundial se ha visto un aumento de más de 1200% de nuevos compradores en línea... en este momento se estima que existen 2 mil millones de compradores y en 2024 se tenían proyectados 2,60 mil millones”. A pesar de que el comercio electrónico

ha experimentado un crecimiento significativo en América Latina, aún existen barreras para su crecimiento en la región, como la falta de conectividad estable a internet, insuficiente infraestructura digital, débil capacidad interna de organización, desconocimiento del manejo de plataformas digitales o del funcionamiento del entorno de negocios digitales, además, se suma la desconfianza de los consumidores en las transacciones en línea o por el manejo de sus datos personales.

Los negocios a nivel mundial muestran tasas positivas de emprendimiento, Ecuador no es la excepción, pues el país ha apostado por el uso de plataformas tecnológicas que van de la mano con el comercio electrónico. El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Ecuador en su último informe anual 2020, donde se destaca la participación mayoritaria del género femenino en edad joven, cuyos emprendimientos se encuentran en una etapa temprana (menor de 48 meses) convirtiendo al país en un referente regional a nivel latinoamericano por cuando sus habitantes tienen alta predisposición a desarrollar negocios. Sin embargo, existe un alto índice de cierre de emprendimiento principalmente dado por falencias en la planificación del negocio a largo plazo, desconocimiento en el manejo contable, financiero y de inventarios, débil capacidad para tomar decisiones, limitado conocimiento de estrategias de marketing digital, escaso manejo de canales y poca innovación de productos. Los negocios tradicionales pueden beneficiarse de las bondades del entorno digital, entre ellos: incrementar la competitividad, construir una estructura organizativa más ágil y flexible de adaptación a los cambios del entorno digital, además de requerir un mínimo de inversión inicial. Ecuador tiene potencial para alcanzar y superar a sus competidores directos, el e-commerce no está del todo explotado en el territorio nacional, en comparación con competidores regionales y mundiales.

El análisis que se ha realizado demuestra algunas tendencias importantes que se esperan en el mundo de los emprendimientos en 2023, como son: Acceso a la demanda global, por ende mayor alcance a la diversidad de usuarios; alianzas con intermediarios logísticos que faciliten la comercialización de productos; acceso proliferado donde cualquier persona que posea las competencias y conocimientos necesarios puede promover o iniciar un negocio o la venta de productos a través de tiendas virtuales, Marketplace, redes sociales u otras plataformas digitales, por cuánto equivale a una gran red de contactos, amplio número de competidores y posibles socios; constante innovación y adaptación tecnológica como mecanismo para agregar valor al cliente en el antes, durante y después de la compra, mejorando su experiencia con servicio en línea.

El uso de la inteligencia artificial y la automatización, para mejorar la eficiencia y la productividad de los negocios es una de las tendencias más destacadas. Entonces no basta con el acceso a la tecnología o contar con infraestructura digital, sino se requiere que los emprendedores procuren fortalecer sus competencias digitales.

Se plantea también la necesidad de considerar los siguientes aspectos:

Desafíos

Uno de los principales desafíos del comercio electrónico es la necesidad de adaptarse a canales de comercialización totalmente nuevos, aprender a decidir cómo invertir y utilizar nuevas tecnologías, y competir en un escenario global¹. Además, el comercio electrónico debe enfrentar desafíos como la desintermediación, la seguridad de los datos y la privacidad de los clientes (OECD, sf).

Efectos

El comercio electrónico ha propiciado nuevas oportunidades a las empresas, pero también lo ha hecho con los países. A través del comercio electrónico se favorecen aspectos de investigación, de salud, de educación, o incluso pagar impuestos al Estado (Barrientos Felipa, 2017). Además, el comercio electrónico brinda la mejor experiencia de compra para los clientes, lo que ha permitido llevar la oferta de diversos negocios a mercados más amplios (Condor, 2020).

Ventajas y desventajas

El comercio electrónico presenta ventajas como la posibilidad de llegar a un público más amplio, la reducción de costos, la facilidad de acceso y la comodidad para los clientes (Vázquez & Galicia, sf). Sin embargo, también presenta desventajas como la falta de contacto físico con el producto, la imposibilidad de probarlo antes de comprarlo, la falta de confianza en la seguridad de los datos y la privacidad de los clientes (OECD, sf).

Oportunidades

El comercio electrónico representa una gran oportunidad para las empresas, especialmente para las PYMES, ya que les permite llegar a un público diverso con una inversión relativamente baja en comparación con el mercado tradicional (Condor, 2020). Además, el comercio electrónico es una de las alternativas de comercio más utilizadas para mitigar la posibilidad de contagio de COVID-19 (Condor, 2020).

En conclusión, el texto ofrece una visión general de las tendencias que se esperan en el mundo de los emprendimientos en 2023, con especial énfasis en el uso de tecnologías emergentes, la sostenibilidad y el crecimiento del comercio electrónico. Además, se hace énfasis en la necesidad de superar las barreras que limitan el crecimiento del comercio electrónico en América Latina. Estos temas son relevantes para los emprendedores y empresarios que buscan mantenerse al día con las tendencias y aprovechar las oportunidades en un entorno empresarial en constante evolución.

Conclusiones

La revisión bibliográfica realizada permite afirmar que el mundo de los emprendimientos se encuentra en constante evolución y enfrenta nuevos desafíos en el contexto actual. La adopción de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, la automatización y el aprendizaje automático, se está convirtiendo en una tendencia creciente, y se espera que los emprendedores sigan utilizando estas tecnologías para mejorar la eficiencia y la productividad de sus negocios.

Se observa un aumento en el enfoque en la sostenibilidad y se espera que los emprendimientos adopten prácticas más sostenibles en el futuro. Esto se debe a la creciente conciencia sobre los impactos ambientales de los negocios y la preferencia de los consumidores por empresas con prácticas sostenibles.

El comercio electrónico se ha convertido en una herramienta clave para los emprendimientos, permitiéndoles llegar a un público más amplio y diverso sin restricciones de tiempo ni lugar. Se espera que el comercio electrónico siga creciendo en los próximos años y se convierta en una parte cada vez más importante del mundo de los negocios.

El comercio electrónico y los emprendimientos que se desarrollan en el contexto mundial, latinoamericano y ecuatoriano están experimentando un crecimiento significativo gracias a la adopción de tecnologías digitales y las políticas y programas del gobierno. A pesar de los desafíos, el potencial del comercio electrónico y los emprendimientos en casos como el del Ecuador es grande, y las empresas y el gobierno deben continuar trabajando juntos para aprovechar todas las oportunidades que ofrece esta industria en constante evolución.

Aún existen barreras para el crecimiento del comercio electrónico en América Latina, como la falta de infraestructura digital, la falta de confianza de los consumidores en las transacciones en línea y la falta de capacitación en tecnología digital para los pequeños y medianos empresarios. Es necesario abordar estos obstáculos para promover el crecimiento del comercio electrónico en la región y brindar nuevas oportunidades a los emprendimientos.

Referencias bibliográficas

- Accenture. (2018). *The Personalization Imperative: How Digital Leaders Outperform the Competition.* // - Wiktionary. Retrieved June 10, 2023, from https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-75/accenture-personalization-imperative.pdf.
- Álvarez, J., & Arias, D. (2021). Sostenibilidad y emprendimiento: Una revisión de la literatura. *Revista de Emprendimiento e Innovación*, 39-50. . Obtenido de <https://doi.org/10.33886/rei.v7i1.317>
- Arango, A., & Mora, A. (2021). Las dinámicas de la innovación social en las empresas emergentes: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Administración de Empresas*. Obtenido de <https://doi.org/10.180/00804784.2021.1874074>
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Informe Anual 2021.*
- Barrientos Felipa, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce : oportunidades y desafíos. *Finanzas Y Política Económica*, 9(1), 41-56. 10.14718/REVFINANZPOLITECON.2017.9.1.3
- Budiu, R. (2020). 10 Usability Heuristics for User Interface Design: Examples and Tips. Nielsen Norman Group. Obtenido de <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Cámara de Comercio de Quito. (2021). *Informe del comercio electrónico en Quito.*
- Cando Cedeño, J. O., & Cando Cedeño, J. L. (Abril de 2021). Aplicación del E-commerce para emprendimientos ecuatorianos en tiempos de disrupción. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.34070/rif.v7i1>
- Carrión González, J. T. (abril - junio de 2020). El impacto del e-commerce en las PYMES de la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200473#:~:text=B%C3%A1sicamente%20el%20comercio%20electr%C3%B3nico%20es,un%20ejemplo%20de%20comercio%20electr%C3%B3nico.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe

- (CEPAL). (2021). Comercio electrónico en América Latina y el Caribe: situación y políticas. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47281-comercio-electronico-america-latina-caribe-situacion-politicas-publicas>
- Condor, O. (2020, June 24). COVID:19: ¿Cuáles son los desafíos y oportunidades de las PYMES para migrar hacia el e-commerce? EY. Retrieved June 11, 2023, from https://www.ey.com/es_pe/global-trade/desafios-oportunidades-pymes-e-commerce.
- Decisions, S. (2019). Startup SG: Singapore Government's Support for Entrepreneurs and Startups.
- Desafíos actuales de las empresas. (2023, March 11). Coach Pepe Villacis. Retrieved June 11, 2023, from <https://www.coachpepevillacis.com/blog/desafios-actuales-las-empresas/>.
- E-Commerce: desafíos y oportunidades del comercio electrónico en 2020. (2020, September 28). Instituto Profesional ARCOS. Retrieved June 11, 2023, from <https://www.arcos.cl/e-commerce-desafios-y-oportunidades-del-comercio-electronico-en-2020/>.
- eMarketer. (2021). Latin America Ecommerce. Obtenido de <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-2021>
- Gaviria, M., & Saavedra, M. (2021). Competencias para el emprendimiento y el liderazgo en la era digital: una revisión sistemática. *Revista Científica de Administración*, 63-74. Obtenido de <https://doi.org/10.15332/s0123-5923.2021.0001.04>
- Gibson, M., & Quiros, D. (2021, September 29). Digital Economy Report 2021. UNCTAD. Retrieved June 10, 2023, from https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_en.pdf.
- Gutiérrez Gamba, W., & Pineda Hernández, J. (enero de 2018). El comercio electrónico como herramienta competitiva para favorecer la creatividad, confianza y procesos de relacionamiento con el cliente. *Ciencia UniSalle*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1543
- Gutiérrez, M. (2020). La revolución del comercio electrónico en Latinoamérica. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/blog/la-revolucion-del-comercio-electronico-en-latinoamerica>
- Hsiao, K., & Hsiao, C. (2019). The impact of e-commerce on international trade and employment. *The North American Journal of Economics and Finance*, 644-653.
- Laudon, K., & Traver, C. (2019). *E-commerce 2018: Business, technology, society*. Pearson.
- McKinsey & Company. (2017). The impact of digitization and e-commerce on the business model of traditional trade and retail companies. Retrieved June 10, 2023, from <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-impact-of-digitization-and-e-commerce-on-the-business-model-of-traditional-trade-and-retail-companies>.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). Plan Nacional de Exportaciones 2021-2025. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/plan-nacional-de-exportaciones-2021-2025/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). Misión y visión. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/mision-vision/>
- Naciones Unidas. . (2021). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Informe de comercio electrónico y desarrollo.
- OECD. (n.d.). Desafíos y oportunidades en el comercio. OECD. Retrieved June 10, 2023, from <https://www.oecd.org/trade/entendiendo-el-sistema-de-comercio-global/desafios-y-oportunidades-en-el-comercio/>.
- Sumba Bustamente, R. Y., Almendariz González, S. M., Baque Chacay, C. L., & Aliatis Bravo, V. G. (octubre-diciembre de 2020). Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico. *FIPCAEC*, 5(4), 137-164. doi: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.300>
- Vázquez, R., & Galicia, O. (n.d.). Comercio electrónico: Oportunidades, retos y desafíos. *Real Estate Market & Lifestyle*. Retrieved June 11, 2023, from <https://www.realestatemarket.com.mx/articulos/mercado-inmobiliario/comercial/23894-comercio-electronico-oportunidades-retos-y-desafios>.