



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TÍTULO:

**“INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO
DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE:**

**INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON MENCIÓN EN
COMERCIO EXTERIOR**

NOMBRE DE LA ESTUDIANTE:

MICHELA PINCAY BUSTAMANTE

NOMBRE DEL TUTOR:

ING. ELBA CALDERÓN, MAE

SAMBORONDÓN, ENERO DEL 2015

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Incidencia del Comercio Electrónico para el desarrollo del Comercio Exterior en el Ecuador

Michela Pincay Bustamante

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar la incidencia del comercio electrónico en el período 2013 – 2014 en el país y analizar cómo utilizando esta herramienta se puede mejorar e incentivar el comercio exterior por medio de la implementación de nuevas tecnologías que aumenten beneficios empresariales; actualmente es muy fácil tener acceso a internet no sólo por medio de computadoras sino también de nuevos dispositivos electrónicos como teléfonos inteligentes, *tablets*, ordenadores portátiles, entre otros, esta facilidad de acceso se puede convertir en un canal muy efectivo de promoción, comercialización, distribución y posicionamiento de productos y servicios. La metodología estadística que se utilizó en esta investigación permitió a través de encuestas conocer que la aceptación hacia el comercio electrónico es muy buena en Ecuador, siendo algo que pequeñas, medianas y grandes empresas podrían aprovechar al momento de hacer negocios. Gracias a que con las tecnologías emergentes las barreras geográficas se eliminan los empresarios grandes y pequeños pueden captar a una mayor parte del mercado local y entrar en el mercado global siendo ésta una ventaja que permite aumentar el nivel de ventas debido a la capacidad que tienen los millones de usuarios y compradores virtuales de hacer transacciones a toda hora en distintos puntos del mundo.

Palabras claves: Comercio electrónico, Ecuador, Mercado, Comercio Exterior, Internet.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Incidencia del Comercio Electrónico para el desarrollo del Comercio

Exterior en el Ecuador

Michela Pincay Bustamante

ABSTRACT

This research has as main objective to determine the impact of electronic commerce in the period 2013 - 2014 in the country and analyze how using this tool can improve and encourage foreign trade through the implementation of new technologies that increase corporate profits; actually is very easy to access internet not only through computers, also with new electronic devices such as smartphones, tablets, laptops, etc., with that ease access, it can become a very effective channel of promotion, marketing, distribution and positioning of products and services. The statistical methodology used in this investigation allowed through surveys to find that acceptance towards e-commerce is very good in Ecuador, and this is something that small, medium and large companies could take advantage of when they are doing business. Thanks to emerging technologies geographical barriers are removed, that's why large and small entrepreneurs can capture a larger share of the local market and enter the global market which is one advantage that increases the level of sales due to the ability of million of users and online shoppers to make transactions at all the time in different parts of the world.

Keywords: Ecommerce, Ecuador, Market, Trade, Internet.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

INTRODUCCIÓN

La tecnología y el acceso a la información a través de la internet están cambiando al mundo, la comunicación se ha innovado completamente lo cual facilita o incluso elimina muchos procesos que solían ser largos e ineficientes. Gracias a las tecnologías emergentes podemos ver cambios en actividades cotidianas como comprar en una farmacia, la distancia o la falta de tiempo dejaron de ser un obstáculo. “La ciudad de Guayaquil está hablando ya de ser ciudad digital, que hay 6.000 'hotspot' de 'WiFi' y se habla todo el tiempo de empezar a digitalizarse, según comentó Leonardo Otatti, Director ECommerce Day” (Otatti, El comercio electrónico, la nueva y prometedora forma de vender, 2014)

El comercio electrónico puede ser una herramienta o estrategia que maximiza los beneficios de las empresas ya que determina necesidades de las organizaciones, los consumidores y comerciantes, uno de sus propósitos es lograr reducir costos derrumbando los intermediarios que cargan valores extras en las transacciones. No se debe considerar como una tecnología, sino como la aplicación de la tecnología de una forma eficiente y beneficiosa en una compañía de productos o servicios.

Podemos describir a la estrategia de comercio exterior y al comercio electrónico como la fusión ideal para alcanzar un buen retorno. La simple adquisición de ambas estrategias no es lo que genera una verdadera ventaja, esto surge únicamente con la aplicación correcta de las mismas que conlleva a un funcionamiento empresarial efectivo, cada compañía tiene posibilidades de potencializar beneficios de acuerdo al manejo que hagan de sus herramientas.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

En el desarrollo de este trabajo se utilizó el método analítico para determinar algunos conceptos, las conclusiones se basan en la información encontrada con la investigación de varias fuentes bibliográficas y de las encuestas que fueron básicas para tener un análisis más real de la situación actual del comercio electrónico en el país y de su impacto en el comercio exterior.

Es importante ya que se comprobó la aceptación del comercio electrónico en el país y los beneficios de invertir en nuevas tecnologías para la obtención de ganancias para empresas y usuarios, comerciantes e industrias que con esto tendrán procesos menos largos, un número menor de intermediarios y mucha más integración local y global

REVISIÓN LITERARIA

Actualmente es muy importante conocer cuáles pueden ser los principales beneficios de la tecnología para el desarrollo de las empresas, el comercio electrónico constituye una plataforma excelente para visualizar un gran número de productos y servicios.

A nivel mundial este medio rompe barreras y fronteras que antes dificultaban el comercio, mediante aparatos electrónicos que van desde computadoras hasta teléfonos celulares se pueden hacer compras a cualquier hora del día, en cualquier lugar del planeta, precisamente ésa es otra de las ventajas ya que se puede acceder a un mercado que ofrece una infinidad de opciones.

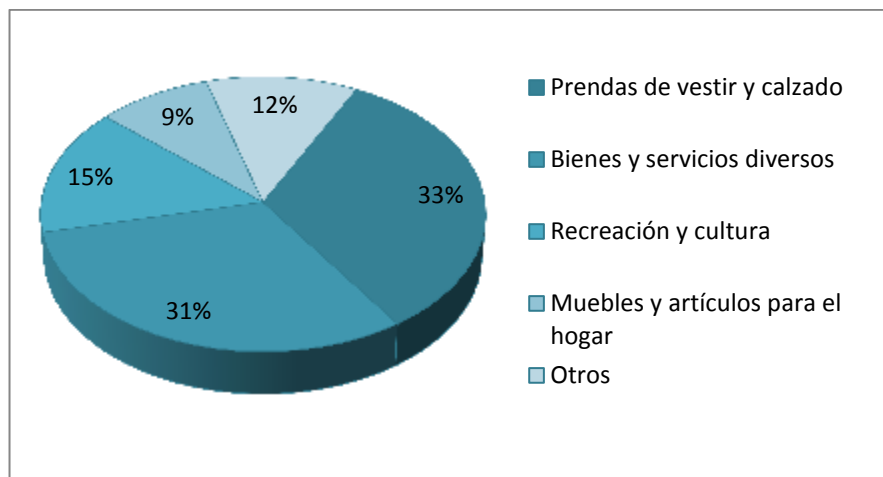
En Ecuador, ha contribuido a que las empresas sean más productivas, competitivas y eficientes, ya que le permite a los empresarios tener una retroalimentación y control diario, beneficio que lo diferencia de la experiencia de

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

venta fuera de la red. “La ventaja de una página web versus una tienda física es que se puede rastrear con exactitud qué productos/páginas el cliente vio y registrar detalladamente las características de las personas que se registran y compran” (Salame, Comercio Electrónico en el Ecuador, amenazas y oportunidades, 2014)

Se ha demostrado con cifras reales de la INEC que Ecuador ha visto un aumento en el comercio electrónico, el número de empresas virtuales ha crecido e incluso sabemos que las prendas de vestir y el calzado son los productos más comprados por el ecuatoriano, lo que representa el 33% del total de adquisiciones. Además, el 34 % de la población ha comprado algún producto en línea. (El Comercio , 2014)

Gráfico 1: PRODUCTOS MÁS COMPRADOS EN INTERNET



Fuente: (INEC, 2014)

Elaboración: La Autora

En el gráfico podemos observar qué productos tienen más salida en internet, en el país, como vemos las prendas de vestir y calzado lideran, pero otras industrias como las de los bienes y servicios tienen gran acogida, y no sólo eso ya

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

que los artículos del hogar y muebles también se venden bien, esta última categoría nos permite deducir que no solo los jóvenes compran en internet sino que existe un mercado posiblemente en las amas de casa o jefes de hogar.

Se han desarrollado mecanismos para facilitar y agilizar los procesos que se desprenden del comercio exterior, a pesar de que algunas políticas de gobierno los dilatan como es el caso de las nuevas reformas que rigen a las importaciones “Cada vez hay nuevos aranceles y nosotros tratamos de importar productos sin restricción. Cada vez implica más esfuerzo y tiempo sacar un producto en Aduanas” (Rodríguez, 2015).

Un factor importante que hace que las empresas, microempresarios y emprendedores opten por estas herramientas es que en general se está desarrollando una cultura que invita a incursionar en negocios virtuales, los nuevos conceptos se fundamentan en cifras reales que motivan al despertar de la calidad, rapidez y excelencia que el comercio electrónico brinda. “En los países en desarrollo, el comercio electrónico requiere más apoyo por parte del gobierno para poder alcanzar su máximo potencial” (Francis, 2013)

Si lo comparamos con la forma tradicional de comercio, en el mundo y mucho más en nuestro país la diferencia es aún dramática, el porcentaje de las personas que prefieren hacer compras virtuales es bajo en comparación a quienes compran en tiendas. Una traba importante es que muchos desconocen las nuevas formas de compra. “En Ecuador la gente es muy ignorante en este medio. Se niegan a desaprender lo aprendido y volver a aprender” (Jurado, 2012). A pesar de esto, lo que nos muestra el mercado es que existe ahora un nuevo canal de ventas

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

que crece con fuerza a nivel nacional e internacional, es el internet que se convierte en una vía interesante de hacer negocios, las personas, especialmente los jóvenes están emprendiendo en el mundo virtual.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

El comercio electrónico se define como un conjunto de transacciones comerciales realizadas a través de plataformas Web, que incluye la compra, venta, distribución y suministro de información acerca de servicios o productos que se ofrecen en mercados en su mayoría globales. El comercio exterior se refiere al intercambio de bienes y servicios que se da entre dos o más naciones en las que cada una de las partes busca satisfacer necesidades y obtener beneficios, además de eliminar barreras y facilitar procesos.

En la actualidad hablar de comercio exterior es hablar de globalización, con todos los avances tecnológicos que se han dado en el mundo, los negocios dejaron de ser estáticos y cualquier comerciante con una computadora e internet, puede conseguir que sus productos lleguen al otro lado del planeta, aplicando el comercio electrónico.

El comercio electrónico rompe las barreras de la distancia, permitiendo que los grandes y pequeños empresarios muestren sus productos en los países del primer mundo como en los lugares más recónditos del planeta, de una manera más fácil y económica, sin tener que movilizarse.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Importancia del Comercio Electrónico en el Comercio Exterior

Económicamente se considera que los negocios electrónicos son mucho más rentables frente a la forma común de negociar desde el punto de venta. La reducción de costos de personal operativo, gastos de servicios básicos y otros, se reducen de forma dramática

El mercado que se puede encontrar a través del comercio electrónico es de millones de personas alrededor del mundo, ampliando no solo la demanda sino también la capacidad de oferta, pudiendo de esta manera convertir un negocio pequeño en una gran empresa con reconocimiento internacional.

La venta de servicios, bienes, la publicidad y marketing son las principales actividades que generan ingresos a través del uso de Internet. Las transacciones comerciales que se realizan por este medio permiten conocer de manera inmediata variedad de oferta, precios, calidad, cantidad demandada y sobretodo el costo y tiempo de entrega.

Internet es una ventaja para todos los pequeños comerciantes que no podían realizar ofertas a través medios masivos como prensa, radio o televisión, llegando sus mensajes ahora a miles de millones de personas pero estos beneficios también pueden ser aprovechados por personas que ofrecen intangibles, como los servicios de auditoría, diseño, educación y más.

Alrededor del mundo existen diversos tipos de comercio, dentro del comercio internacional y el electrónico también hay varias categorías que muestran notables diferencias entre sí, especialmente por la cantidad de participantes en el proceso.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Imagen 1: Tipos de Comercio



Fuente: (LOGO RAPID, 2013)

En la Imagen 1 vemos que en el comercio exterior tradicional los agentes que intervienen son muchos, los intermediarios aumentan en cada etapa de una transacción, en el comercio electrónico indirecto se reducen pero no dejan de existir varios intermediarios, mientras que en el comercio electrónico directo el proceso se resume a la fábrica o empresa que ofrece el producto o servicio y el usuario final, lo que muestra la facilidad en el momento de comprar por medio de esta herramienta.

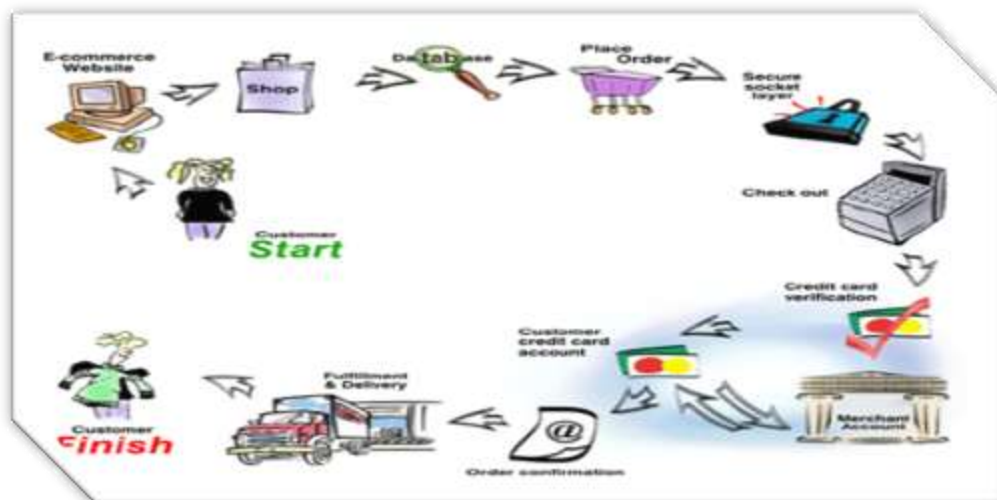
Procedimientos para comprar en Internet

- A través de un buscador se pueden encontrar los artículos que el consumidor requiere y elegir según precio, calidad y preferencia.
- Se selecciona los artículos que se van a comprar

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

- Por medio de una orden de compra se presenta el valor de los artículos incluyendo precio por envío y los impuestos que deberá cancelar.
- Luego se debe seleccionar la manera de pago que puede ser a través de tarjetas de crédito, cheques electrónicos o dinero digital.
- El comprador deberá remitir al vendedor la orden de su pedido indicando la forma de pago.
- El ofertante deberá solicitar al banco del cliente la autorización de cobro.
- Si es aceptada, el vendedor confirma la orden de envío al comprador.
- El vendedor procederá a enviar los artículos comprados o servicios solicitados.
- El ofertante recibe el pago de la institución financiera del consumidor.

Imagen 2: Proceso de Compra Virtual



Fuente: (LOGO RAPID, 2013)

Nota: En la Imagen 2, se muestra de forma detallada el proceso estándar de compra virtual.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

El Comercio Electrónico y su Logística

Desarrollar una empresa que utilice el comercio electrónico para ofrecer sus productos es un gran beneficio sin embargo hay que prestarle mucho cuidado al procedimiento de entrega, porque la transacción comercial no termina hasta que el cliente no tiene el producto en sus manos tal cual como lo solicitó, así se encuentre este del otro lado del planeta. Quizás una de las desventajas del comercio electrónico es el tiempo de entrega, porque en muchas ocasiones suele retrasarse más tiempo de lo advertido, pudiendo este error ocasionar la pérdida de la venta debiendo asumir los costos de envío y devolución e incluso haberle obsequiado un cliente a la competencia.

La responsabilidad de la entrega no solo corresponde al comerciante o empresa que ofrece un producto sino también a la compañía que se subcontrata para llevar el artículo hasta las manos del cliente. Los errores de logística pueden terminar con la pérdida de una venta. Algunas de las principales equivocaciones de los ofertantes en el comercio electrónico son:

- Errores en el despacho
- Productos rotos o defectuosos
- Entrega en direcciones equivocadas
- Retrasos en la entrega de productos.

Cualquiera de estos errores pueden provocar la pérdida definitiva de un cliente, en este sistema no hay opción a equivocaciones porque el comprador está depositando toda su confianza en un ofertante, que no conoce de manera directa.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

A pesar de las fallas, el comercio electrónico está impulsando el desarrollo y mejoramiento de los procedimientos en las empresas que ofrecen servicios de mensajería y transporte de mercancías, que ven en esta moderna comercialización una oportunidad de crecimiento, no solo en la grandes compañías sino también en las más pequeñas, que día a día buscan mejorar la calidad de su servicio, para alcanzar así la excelencia.

Imagen 3: Factores Importantes en el E-Commerce



Fuente: (LOGO RAPID, 2013)

Nota: La Imagen 3, muestra cuáles son los factores a considerar para tener una tienda en línea óptima, en los medios virtuales, el diseño es una de las partes mas importantes ya que así se llama la atención del cliente, la funcionalidad es vital, así como que su modo de uso sea amigable, el contenido es lo que hace que el usuario decida quedarse en la página, el marketing dentro y fuera de la página web es lo que hace que el negocio virtual tenga más visitas y por ende mayor

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

oportunidad de generar ventas y finalmente los productos que llegan a manos de los consumidores deben garantizar calidad y satisfacción.

Instituciones de apoyo en Ecuador para el Comercio Electrónico

A nivel internacional existen bases legales para el desarrollo del comercio electrónico y algunos de los canales o instituciones de apoyo son:

- Ministerio de Competitividad, Industrialización y Pesca (MICIP)
- Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CORPECE)
- Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)
- Consejo nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)
- Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL)
- Banco Central del Ecuador (BCE)
- Ministerio de Producción (MIPRO)

- **Organismos Internacionales Aliados Del Comercio Electrónico**

Organización Mundial De Comercio (OMC): Esta institución asegura que el comercio electrónico ofrece oportunidades de crecimiento únicas que se verán reflejadas el futuro de quienes decidan realizar este tipo de negociación.

Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA): Busca ampliar y mejorar los beneficios del comercio electrónico y como debería llevarse a cabo en el área de libre comercio.

Mercado Común del Sur (MERCOSUR): Busca mejorar el marco jurídico y logística para el desarrollo del comercio electrónico.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Comunidad Andina de Naciones (CAN): Buscan tener un reglamento supranacional sobre el comercio electrónico que facilitará y mejorará las relaciones comerciales entre los países miembros.

cuatro de cada seis empresas no tienen presencia digital” (Torales, 2013)

Comercio Electrónico o Moderno en Ecuador

El comercio electrónico puede cambiar con el tiempo la historia de Ecuador, dejando de ser un país importador para convertirlo en una potencia exportadora. El comercio electrónico está creciendo en el país, solo en el 2013 se movieron alrededor de \$800 millones en compras por internet a través de tarjetas de crédito emitidas en Ecuador. (Ottati, Mañana inicia el eCommerce day, 2014)

Para poder aumentar estas cifras e incentivar este tipo de negocio y dar este gran paso, es muy importante que existan leyes que garanticen la seguridad del comercio, implementar la fibra óptica, ampliar el acceso a internet y capacitar a los ciudadanos sobre sus múltiples beneficios.

La Ley de Comercio Electrónico y su reglamento está vigente desde el año 2002 pero hasta el momento no se aplica de la manera correcta, impidiendo el crecimiento de este tipo de actividad que tanto le convendría a la economía del país.

Uno de los principales inconvenientes es el registro de firmas digitales a través de instituciones certificadoras, reglamentos para el comercio electrónico que garanticen su facturación y mecanismos para realizar pagos ágiles y seguros. Según autoridades del SRI, los contribuyentes pueden enviar el comprobante

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

mediante correo electrónico o publicarlo en un portal web. (Gullermo Belmonte, 2013)

Ecuador es un país que está creciendo en producción, existen muchísimos microempresarios que se han arriesgado a lanzar sus propios productos u ofrecen servicios y utilizando el comercio electrónico podrían ampliar sus opciones de mercado, ofrecer sus productos en mercados locales pero también asumir el reto de estar en el mercado global, además de ser una gran oportunidad, obliga a que la calidad mejore para lograr competir en este mundo globalizado. “En los países en desarrollo, el comercio electrónico requiere más apoyo por parte del gobierno para poder alcanzar su máximo potencial” (Francis, 2013)

Hablar de este tipo de comercio en nuestro país podría parecer algo común, sin embargo para el desarrollo de este negocio existen limitaciones que no permiten aprovechar los múltiples beneficios que este tipo de comercio ofrece “Actualmente las principales barreras para que cualquier emprendedor pueda incursionar en el comercio electrónico en Ecuador son el medio de pago y la logística de entrega” (Salame, Comercio Exterior en Ecuador, 2012). Ecuador no ha aprovechado las ventajas de comercio electrónico como debería, en cuanto a la exportación sin embargo muchos ecuatorianos si importan productos extranjeros, sobretodo artículos como ropa y zapatos.

Según el Banco Central en el primer trimestre del 2014 se importaron por vías como el *currier* USD 56,1 millones de dólares, más que lo importado en el mismo periodo en el 2013, (USD 51,5 millones) Esto obedece a que las compras son más frecuentes (Otatti, El sistema de envíos 4x4 enfrenta a tres actores, 2014)

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Uno de los elementos clave para mejorar e incentivar el uso del comercio virtual en las empresas grandes y chicas del país consiste en la difusión del mismo; así como el entrenamiento y la capacitación de los comerciantes en las tecnologías emergentes y sus distintas aplicaciones además de la difusión de los beneficios que se podrían obtener, como la reducción de intermediarios, por ende reducción de costos, rapidez durante el proceso, compra, entrega y pagos de forma eficiente. “Hay diez millones de usuarios en Ecuador el desafío está en convertirlos en compradores” (Otatti, Compras en línea son por \$800 millones, 2014)

Las empresas ecuatorianas necesitan empezar a ver el gran aliado que tienen gracias a la internet que brinda una apertura a miles de contactos, proveedores, marketing y consumidores, entre otros beneficios. “El potencial es extraordinario puesto que brinda la oportunidad de hacer mercado en el extranjero” (Gynatta, 2014)

De aquí se deriva el desarrollo del tema, para resaltar la importancia que debe tener el comercio electrónico en el comercio exterior del país, para así conocer y determinar ventajas y desventajas, y tener claras los métodos de aplicación ideales que permitan utilizar los recursos adecuados para competir en un mundo cada vez más globalizado y estar a la altura de los competidores alrededor del mundo. “Hoy por hoy, no se requiere acudir a los centros comerciales basta con tener un computador con acceso a internet, para poder adquirir una cantidad interminable de productos, en cualquier momento y en el país que elijamos”. (Ecuador Inmediato, 2015)

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se utilizó un método analítico-inductivo partiendo de teorías generales a específicas sobre el comercio internacional y electrónico, con el fin de determinar cómo se desarrolla y cuál es la relación de ambos en el país. La técnica que se aplicó es la encuesta realizadas a persona naturales, empresas, instituciones privadas y públicas, permitió obtener resultados sobre varios puntos relacionados con el comercio virtual durante el período 2013 – 2014, la aceptación de este tipo de comercio, entre otras interrogantes.

Población y Muestra

Para esta investigación se determinó como población a las empresas exportadoras e importadoras de la ciudad de Quito y Guayaquil ya que son éstas las que tienen un mayor número de operaciones de este tipo.

La población es de 21662 personas naturales y jurídicas de tipo importadoras y exportadoras, 6685 se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil y 14977 en Quito. Estos datos fueron proporcionados por Juan E. Mora Villarruel, Jefe de Dirección de Estadística Económica del BCE.

Tabla # 1

CIUDAD	EXPORTADORES	IMPORTADORES	TOTAL
GUAYAQUIL	358	6327	6685
QUITO	3227	11750	14977
TOTAL	3585	18007	21662

Nombre: Tipo de Empresa de Comercio Exterior

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Tamaño de la Muestra

La fórmula que se utiliza para determinar el tamaño de la muestra en una población finita es la siguiente:

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q} = n$$

En donde:

N: Población; n: muestra; e: margen de error; p: proporción; q: 1-p; Z: confianza.

Cálculo de la muestra

$$\frac{21662 * 0,5^2 * 1,96^2}{0,05^2 * (21662 - 1) + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$\frac{21662 * 0,96}{0,0025 * (21661) + 0,25 * 3,84}$$

$$\frac{20804,18}{55,11}$$

n: 377 Encuestas

Teniendo una población de 21662 empresas con Comercio Exterior, la muestra es 377 encuestas.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Diseño de las encuestas:

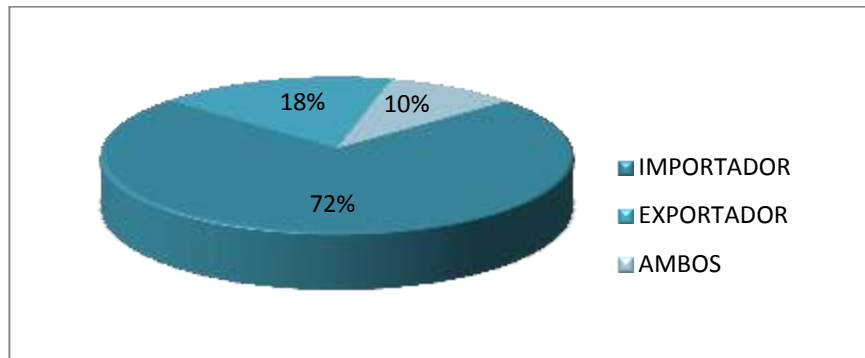
Las preguntas utilizadas en las encuestas permiten obtener datos del uso que hacen las empresas de la internet, de la relación que mantienen con otros países, además arrojan resultados sobre el número de empresas que tienen acceso a internet y se define en qué se utiliza en mayor medida, sirve además para conocer qué tanto conocimiento o vínculo tienen con el Comercio Electrónico, así se definirá de manera más clara cuántos están involucrados con el tema y cuántos no lo están, de modo que se observe qué tan beneficioso puede ser para el desarrollo económico del país.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. ¿Cuál es el tipo de participación que tiene la empresa en referencia al comercio exterior?

Gráfico 2: TIPO DE EMPRESA



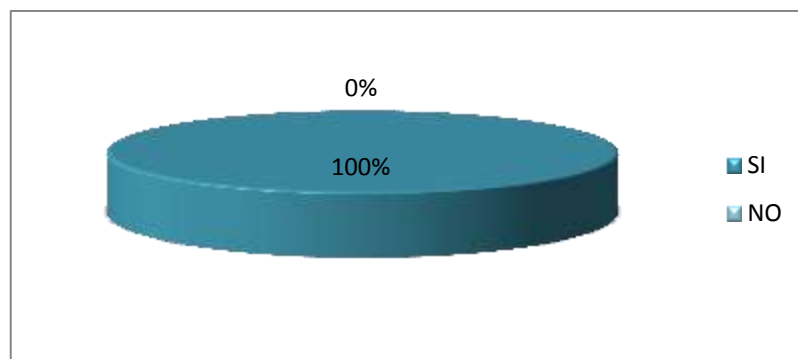
Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Se puede constatar que el 72% de la muestra total se dedica a la importación, es decir tenemos un país principalmente es importador.

2. ¿La empresa tiene actividades comerciales con otros países?

Gráfico 3: ACTIVIDADES COMERCIALES INTERNACIONALES



Fuente: Encuesta

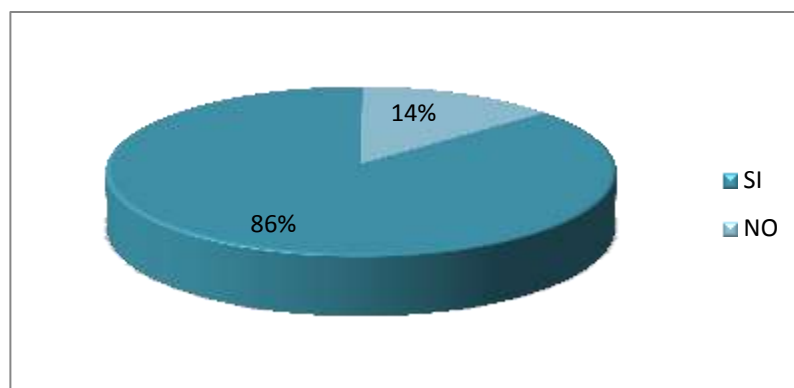
Elaboración: La Autora

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

En esta pregunta, se busca conocer cuántas empresas tienen algún tipo de relación ya sea por procesos de producción, venta o cualquier otro, con otros países a nivel mundial, satisfactoriamente para esta investigación el 100% de los encuestados han tenido negociaciones con otros países. Hecho que podemos aludir a los avances tecnológicos en la comunicación, la aparición de la Internet que brinda miles de posibilidades a los empresarios que ahora pueden comunicarse fácilmente con cualquier país que necesiten e iniciar una relación comercial.

3. ¿Desarrolla actividades comerciales gracias al comercio electrónico?

Gráfico 4: USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Fuente: Encuesta

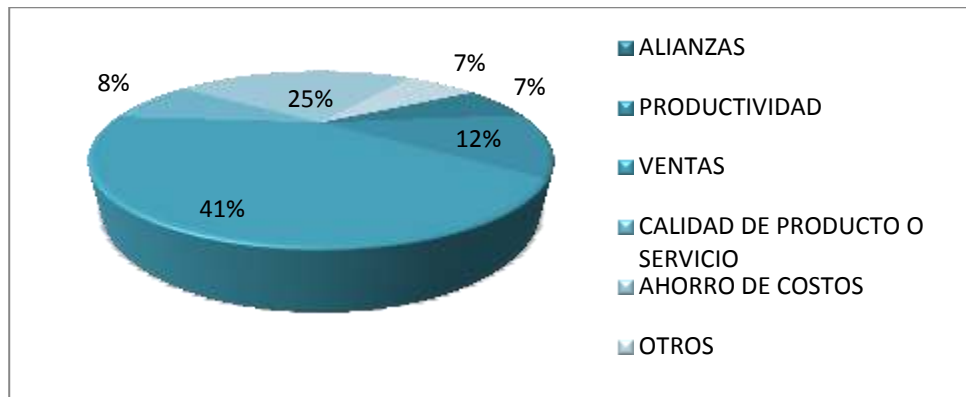
Elaboración: La Autora

La mayoría de las empresas encuestadas ya hacen uso del comercio electrónico, dentro de estos resultados se consideran también el uso de redes sociales como método para vender, darse a conocer o promocionar productos y servicios.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

4. ¿Ha crecido la empresa aplicando el comercio electrónico? Elija la opción en la que ha sido más beneficiada la empresa.

GRÁFICO 5: BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



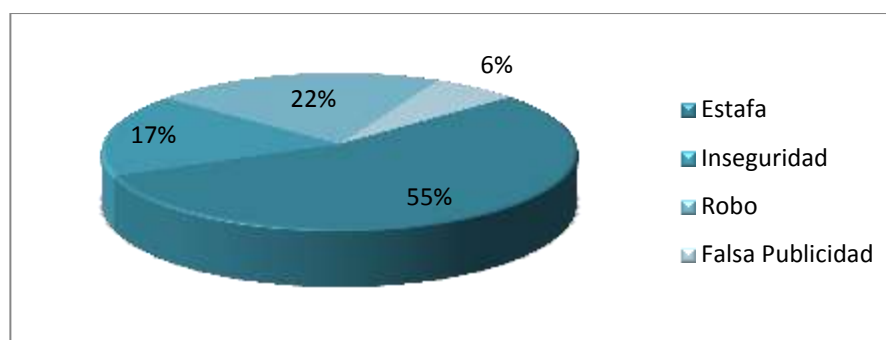
Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Como se ha descrito a lo largo de la investigación, una de las mayores ventajas es el incremento en las ventas, y es que al tener un lugar donde comprar todo el día, todos los días se pueden lograr éstos resultados.

5. ¿A qué tipo de exposición negativa se expone la empresa al utilizar comercio electrónico?

GRÁFICO 6: DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Fuente: Encuesta

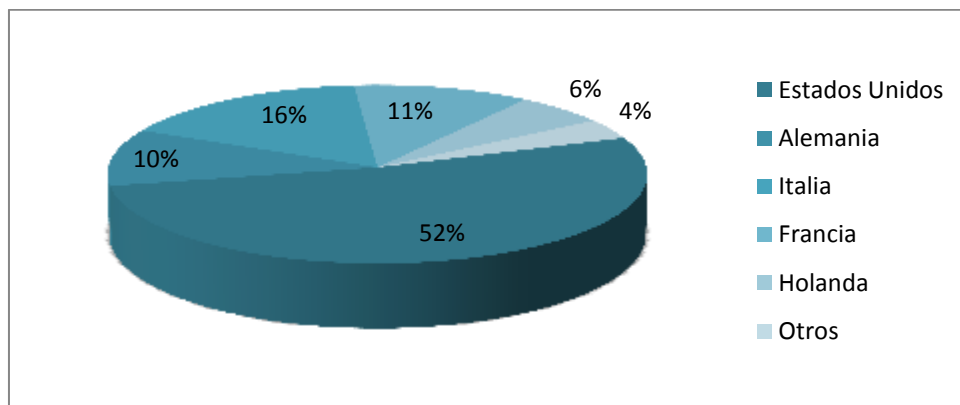
Elaboración: La Autora

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Los resultados que reflejan las encuestas responden a los principales problemas o limitaciones que se han planteado este trabajo, la falta de seguridad en las compras virtuales, posibles estafas, robos; problemas que se solucionan con la regulación de leyes de organismos pertinentes.

6. ¿Con qué país de los mencionados a continuación ha tenido su empresa relaciones de comercio?

GRÁFICO 7: RELACIÓN ENTRE PAÍSES



Fuente: Encuesta

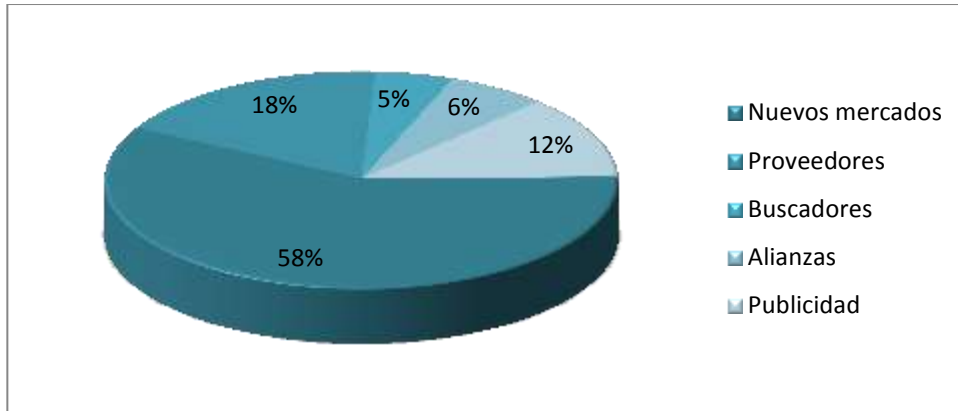
Elaboración: La Autora

Existe una mayor relación comercial con Estados Unidos, que ha su vez es uno de los países más digitalizados del mundo, seguido de Italia, Francia, Alemania y Holanda que también avanza a paso firme con la implementación de tecnología en sus operaciones de producción y comerciales.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

7. De las siguientes opciones elija la que corresponde a la razón por la que su empresa más utiliza Internet.

GRÁFICO 8: RAZONES DE USO DE INTERNET



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Los resultados obtenidos de las empresas son que el 58% usa internet para tener nuevos mercados, el resto se divide en otros beneficios, esto quiere decir que los empresarios a nivel nacional reconocen que uno de los mayores beneficios y una forma efectiva de alcanzar mercados globales es el uso de la internet.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO
DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

TABULACIÓN 1: ANÁLISIS DE RESULTADOS

PREGUNTA	RESPUESTAS	VALOR	%
1. TIPO DE EMPRESA	IMPORTADOR	273	72
	EXPORTADOR	67	18
	AMBAS	37	10
2. COMERCIO EXTERIOR	SI	377	100
	NO	0	0
3. ACTIVIDADES COMERCIALES DE COMERCIO ELECTRONICO	SI	325	86
	NO	52	14
4. EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA GRACIAS AL CORREO ELECTRONICO	ALIANZAS	25	7
	PRODUCTIVIDAD	44	12
	VENTAS	156	41
	CALIDAD	32	8
	AHORRO DE COSTOS	93	25
	OTROS	27	7
5. DESVENTAJAS COMERCIO ELECTRÓNICO	ESTAFA	206	55
	INSEGURIDAD	65	17
	ROBO	82	22
	FALSA PUBLICIDAD	24	6
6. PRINCIPALES PAÍSES A LOS QUE EXPORTA ECUADOR	ESTADOS UNIDOS	197	52
	ALEMANIA	39	10
	ITALIA	62	16
	FRANCIA	43	11
	HOLANDA	22	6
	OTROS	14	4
7. USO DE INTERNET	NUEVOS MERCADOS	219	58
	PROVEEDORES	68	18
	BUSCADORES	19	5
	ALIANZAS ESTRATÉGICAS	24	6
	MEDIO DE PUBLICIDAD	47	12

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

CONCLUSIONES

El objetivo general de la investigación fue resaltar y analizar la importancia del comercio electrónico para el desarrollo del comercio exterior en el Ecuador para lograr así alcanzar beneficios en el sector empresarial del país.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías y métodos para comunicarse e interactuar con personas alrededor del mundo, el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta esencial para guiar los negocios, para que esto sea posible, es necesario que las empresas decidan invertir en su aplicación y velen por el entrenamiento adecuado de los empleados y así logren potencializar sus beneficios.

El comercio electrónico brinda ventajas tanto a las compañías que lo utilizan siendo la reducción de límites geográficos para estar en mercados internacionales y costos algunas de las más interesantes, como a los clientes ya que pueden hacer lo mismo que en una tienda física pero invirtiendo mucho menos tiempo y obteniendo mayores beneficios, de forma más cómoda e inmediata, además pueden disfrutar de una amplia variedad de productos y servicios 24 horas, 7 días a la semana algo que en una tienda tradicional es imposible.

Siendo considerado ya como un nuevo canal de venta y distribución de productos, el comercio por internet tiene un papel muy interesante al permitir establecer alianzas comerciales, se pueden crear directorios, tener proveedores y contactarlos fácilmente, brinda comodidad al momento de hacer inventarios y también proporciona una retroalimentación diaria sobre las preferencias de los

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

clientes permitiendo así tomar mejores decisiones al momento de hacer negocios en una empresa.

Una de las desventajas que se puede ver es que existen falencias para la implementación y uso del sistema en el país, se debe trabajar en mejorar y regular ciertos puntos para las transacciones en línea, los consumidores temen no recibir sus pedidos o sufrir estafas al entregar información financiera confidencial que pueda ser utilizada para fraudes es por esto que el estado debe poner reglas claras que optimicen el uso de esta tecnología, y aumenten la credibilidad de las empresas de contenido virtual para que a su vez ellos logren la confianza y satisfacción total de sus clientes.

Tanto en el sector productivo como en el económico del Ecuador se puede implementar este sistema, un gran beneficio es la apertura de nuevos mercados que exigen una calidad más alta, al tener competidores de distintas partes del mundo, se crea una cadena global que pide mayor esfuerzo al ofrecer productos y servicios, se busca que sean capaces no solo de alcanzarlos sino de competir con ellos en niveles de calidad lo que motiva al mejoramiento de la industria.

Finalmente se puede concluir con que esta investigación satisface la hipótesis y los objetivos planteados, se comprueba que las empresas gracias al comercio electrónico pueden aumentar su capacidad de venta, posicionamiento, producción y competitividad, el comercio exterior mejora gracias a que los límites de geografía se eliminan y se tiene acceso a mercados internacionales en los que se puede lograr mucho éxito alcanzado la calidad de competencia internacional.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Diario El Comercio. (5 de Agosto de 2014). El comercio electrónico se concentra en Quito, Guayaquil y Cuenca .

El Comercio . (05 de Agosto de 2014). *elcomercio.com.ec*. (M. Durán, Editor) Retrieved 27 de Diciembre de 2014 from *elcomercio.com.ec*:
<http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html>

Rodriguez, M. A. (23 de enero de 2015). Empresarios consideran excesivas nuevas reformas a las importaciones. (E. Comercio, Interviewer, & E. Comercio, Editor) Guayaquil.

Salame, J. C. (19 de Julio de 2014). Comercio Electrónico en el Ecuador, amenazas y oportunidades. (E. Emprendedor, Interviewer) Guayaquil: El Emprendedor Ec.

Jurado, C. (19 de Julio de 2012). Comercio electrónico en Ecuador, amenazas y oportunidades. (E. Emprendedor, Interviewer)

Gynatta, J. d. (23 de Septiembre de 2014). Comercio electrónico en Ecuador . (S. López, Interviewer) Guayaquil.

Gullermo Belmonte, J. d. (2013 йил 28-Октябрь). La facturación virtual enfrenta trabas informáticas y culturales.

Otatti, L. (2014 йил 20-julio). El sistema de envíos 4x4 enfrenta a tres actores. (D. E. Comercio, Interviewer)

Otatti, L. (2014 йил 21-julio). Mañana inicia el eCommerce day. (d. e. Universo, Interviewer)

Roselló, F. (2002). Los negocios en internet. . Clemente.

hola. (n.d.). *ouyiki*.

Banco Central del Ecuador. (12 de 12 de 2013). *Banco Central del Ecuador*. From Banco Central del Ecuador: *bce.fin.ec*

Otatti, L. (21 de Julio de 2014). El comercio electrónico, la nueva y prometedora forma de vender. (Ecuavisa, Interviewer) Guayaquil.

Francis, P. (9 de abril de 2013). *www.intracen.org*.

Toral, A. (17 de Septiembre de 2013). En Congreso se instó a las empresas a promover sus marcas en redes sociales. (D. E. Universo, Interviewer)

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

Otatti, L. (4 de Julio de 2014). Compras en línea son por \$800 millones. (D. E. Universo, Interviewer)

INEC. (2014 йил 5-08). *EL COMERCIO*. From EL COMERCIO:
<http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html>

SRI. (2013 йил 28-10). *Comercio Electrónico*. From ELUNIVERSO.COM:
ELUNIVERSO.COM

LOGO RAPID. (2013 йил 21-12). *LOGORAPID.COM*. From
<http://www.logorapid.com/>

Ecuador Inmediato. (30 de enero de 2015). *Ecuadorinmediato.com*. Retrieved 28 de noviembre de 2014 from www.ecuadorinmediato.com.

Salame, J. C. (19 de julio de 2012). Comercio Exterior en Ecuador. (E. Emprendedor, Interviewer) Guayaquil.

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO
DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

ANEXOS

ENCUESTA PARA IMPORTADORES Y EXPORTADORES SOBRE
COMERCIO ELECTRÓNICO

OBJETIVO:

Poder descubrir la aceptación y nivel de uso que existe en las empresas ecuatorianas en referencia al comercio electrónico contemplando las grandes posibilidades de crecimiento en el comercio exterior mientras conocemos su percepción sobre los beneficios y debilidades en su realización.

A continuación se presenta la encuesta realizada a empresas importadoras y exportadoras de Ecuador:

Fecha:

Nombre de la empresa:

Área de desarrollo:

1. ¿Cuál es el tipo de participación que tiene la empresa en referencia al comercio exterior?

a) **Importador**

b) **Exportador**

2. ¿La empresa tiene actividades comerciales con otros países?

a) **Si**

b) **No**

¿Por qué?

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO
DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

3 ¿Desarrolla actividades comerciales gracias al comercio electrónico? Explique su respuesta.

- a) SI
- b) NO

¿Por qué?

4 ¿Ha crecido la empresa aplicando el comercio electrónico? Elija la opción en la que ha sido más beneficiada la empresa.

- a) Alianzas
- b) Productividad
- c) Ventas
- d) Calidad de producto o servicio
- e) Ahorro de costos
- f) Otros

5. ¿A qué tipo de exposición negativa se expone la empresa al utilizar comercio electrónico?

- a) Estafa
- b) Inseguridad
- c) Robo
- d) Falsa Publicidad

INCIDENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL DESARROLLO
DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ECUADOR

6 ¿Con qué país de los mencionados a continuación ha tenido su empresa relaciones de comercio?

- a) **Estados Unidos**
- b) **Alemania**
- c) **Italia**
- d) **Francia**
- e) **Holanda**
- f) **Otros**

7. De las siguientes opciones elija la que corresponde a la razón por la que su empresa más utiliza Internet. Explique por qué.

Nuevos Mercados

Proveedores

Buscadores

Alianzas

Publicidad

¿Por qué?