

LAS TRANSACCIONES POR INTERNET MOVIERON \$ 540 MILLONES EN 2014

Menos del 20% de empresas realiza comercio electrónico

El Estado ecuatoriano trabaja para eliminar los factores que limitan el desarrollo de esta modalidad de negocios.

Evolución de las órdenes de compra por internet en Ecuador

En porcentajes del total de pedidos efectuados en 2014 a las empresas vinculadas al turismo.



Fuente: Mintel

Redacción Economía

economia@telegrafo.com.ec

Guayaquil

DATOS

\$ 800 millones fueron transaccionados a través del e-commerce en 2015, según datos proporcionados por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico.

Más de 1.000 profesionales de las industrias tecnológicas e informáticas participaron en la sexta edición del e-Commerce DAY Ecuador que se realizó en el primer semestre de este año en Quito.

En la **Espol**, los expositores enfatizaron en la necesidad de construir alianzas público-privadas y pidieron a los usuarios utilizar medios de pago digitales para que puedan intercambiar sus productos en línea.

Otros temas abordados en el evento fueron: estrategias de Comercio Electrónico, herramientas de seguridad, regulaciones del comercio en línea, a través de la Unión Postal Universal, y los beneficios para las pequeñas y medianas industrias.

confianza para proporcionar sus datos y un 33% por la falta de conocimiento de uso.

La desconfianza es algo que reafirma Carmen Vaca, docente de la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación de la Espol, quien atribuye a esa razón la falta de crecimiento del e-commerce. En ese aspecto, Fiallos señala que la idea es "desarrollar la confianza en consumidores y productores para que el proceso de venta sea de la mejor manera".

El subsecretario considera que las bases para el aumento de este modelo de negocios están dadas, pues están los emprendedores que se anuncian por internet, los potenciales clientes y una infraestructura tecnológica adecuada para ofrecer productos y servicios a la ciudadanía. Actualmente más del 50% de la población tiene internet y más del 97% de personas dispone de un teléfono celular.

Además, el 46% de personas recibe información sobre alguna *fanpage* o perfil de marca, según un

estudio de Hábitos Digitales en Ecuador, realizado en 2014 por medio de entrevistas a 1.134 personas y publicado por *Interactive Advertising Bureau* (IAB).

En este sentido, Fiallos indica que el dinero electrónico es una herramienta fundamental para fomentar el e-commerce. Destaca que en el país las personas pueden efectuar la compra de un celular en tiendas electrónicas en el extranjero y recibirlas en su hogar, mediante los servicios de paquetería de empresas de courier, como Correos del Ecuador E.P.

Jorge Rosales, delegado del Mipro, destaca que el e-commerce abre la posibilidad de generar transacciones en cualquier momento y lugar. "Al ser Guayaquil la capital comercial del país, es importante que se ponga al nivel tecnológico que requieren nuestros empresarios por sus beneficios". Expresa que unas 5.200 empresas, entre medianas y pequeñas, además de artesanos, reciben capacitación constante de acceso a la tecnología.

La intención del evento efectuado el pasado jueves fue presentar estrategias que desarrollen el comercio electrónico en el país y para ello se reunieron los actores involucrados del sector privado y público, así como la sociedad civil y la academia.

Al final se cumplió un panel sobre medios de pago electrónico, en el que participaron delegados de empresas que proveen este servicio como: Kushki Pagos Ecuador, Payphone S.A., Paymentsoft y el Banco Central del Ecuador (BCE). Los participantes destacaron la situación de esta modalidad de pago en el país y afirmaron que es un sector que crece paulatinamente y que genera cada vez más usuarios interesados.

Por otra parte, durante el evento, Sergio Flores, rector de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, presentó al Mipro una propuesta para desarrollar un proyecto e-commerce mediante una empresa tecnológica con visión global, la cual estaría articulada a una zona especial de desarrollo económico. (I)

En Ecuador, más del 90% de las medianas y grandes empresas acceden actualmente a internet. De ese total, menos del 20% de los usuarios tiene como propósito realizar movimientos a través de esa plataforma electrónica y sus redes sociales. No obstante, entre 2012 y 2014, las transacciones comerciales aumentaron de \$ 300 millones a \$ 540 millones.

Para poder incentivar el comercio electrónico, conocido también como e-commerce, el Estado ecuatoriano busca llegar a ese 70% de usuarios que no utiliza la herramienta tecnológica para fines de compra y venta de productos o servicios.

Las cifras fueron reveladas en un taller donde se socializó la propuesta borrador de la Estrategia Nacional de Comercio Electrónico. El evento, que tuvo lugar en la Escuela Politécnica del Litoral (Espol), fue organizado por los ministerios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Mintel), Coordinador de la Política Económica (MCPE) y de Industrias y Productividad (Mipro).

Juan Carlos Fiallos, subsecretario del Mintel, explica que una de las razones por las que no se desarrolla esta forma de comercio es "la falta de capacidad de las empresas en entender este modelo de negocios". Pero hay otras en las que el Estado también trabaja para impulsar el modelo de negocios.

El proyecto aplicará estrategias para superar limitantes de carácter legal, la capacidad logística de empresas y consumidores y, principalmente el tema de la confianza, inconvenientes detectados tras un análisis a los sectores involucrados.

El sondeo de "Comercio Electrónico - Demanda", realizado por el Mintel en 2015, revela que el 60% de personas encuestadas no realiza compras en internet, debido a la des-