

2021

Comercio electrónico en Ambato



Observatorio Económico y Social de
Tungurahua

Dra. Tatiana Valle
Econ. Ana María Sánchez
Econ. Tatiana Vayas
Ing. Fernando Mayorga
Ing. Carolina Freire



Con el avance de la tecnología y considerando que cada vez es mayor el alcance que tienen las personas a ella, las modalidades de transacciones de toda índole se han hecho más populares. Si se suma a este factor la compleja situación que atraviesa el mundo y el país, las personas han buscado nuevos y diferentes medios de adquirir y vender productos variados, que van desde alimentos hasta equipo tecnológico, incluso servicios.

Actualmente, según la Encuesta de Uso de las TIC y Redes Sociales aplicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC a nivel nacional, el 23,28% de ecuatorianos dispone de una computadora de escritorio en su hogar, el 28,47% dispone de computadora portátil, 11,17% posee ambas, 35,57% tiene telefonía fija y el 91,01% cuenta con telefonía celular. Este último dato presenta cifras que han tenido un crecimiento promedio de 10,4% entre 2012 y 2017, y entre 2018 y 2019 la variación fue de 0,4%.

Como se mencionó en el párrafo inicial, se evidencia que el alcance tecnológico tiene tendencia creciente, en especial en telefonía celular donde 9 de cada 10 habitantes tiene acceso a ella, y que los comunica con los medios de comercio actual. Además, el 76,80% de los celulares que disponen son teléfonos inteligentes (Smartphone).

En cuanto a acceso a internet, casi la mitad de la población ecuatoriana cuenta con el servicio, sin embargo, está distribuido principalmente en la zona urbana del país, donde casi el 60% accede a este, en comparación con la zona rural donde el alcance se limita solamente al 21,64% de la población.

Para el año 2019 el 86% de ecuatorianos utilizaba al menos una vez al día el servicio de Internet, sea por educación, trabajo, comunicación, acceso a diferentes servicios, entre los que se clasifican las actividades de comercio.

Metodología

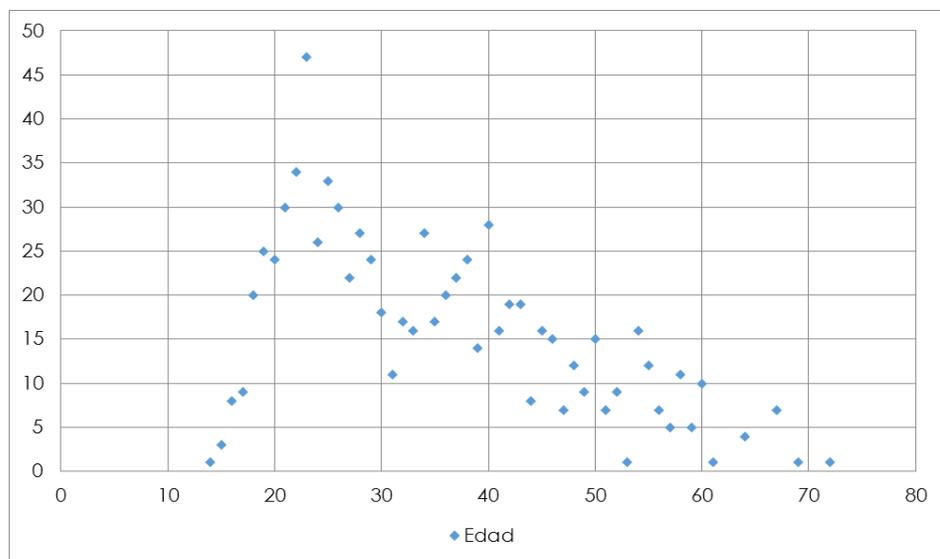
En Tungurahua seis de cada diez habitantes utilizan internet y disponen de un teléfono celular. A nivel nacional en el año 2019 se registraron 6'980.896 ecuatorianos que utilizan redes sociales en su dispositivo móvil, entre ellas se mencionan Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, LinkedIn y Skype. En Ambato más del 95% de los residentes dedica tiempo al uso de redes sociales y las más populares son Facebook y WhatsApp.

Considerando este antecedente entre el 9 de febrero y el 2 de marzo de 2021, se han aplicado más de mil encuestas digitales en la ciudad de Ambato a través de dos redes sociales principales: Facebook y WhatsApp.

Una vez validada la información recolectada se obtienen 996 encuestas efectivas, las cuales se presentan y analizan en el presente documento.



Figura 1. Edad de los encuestados



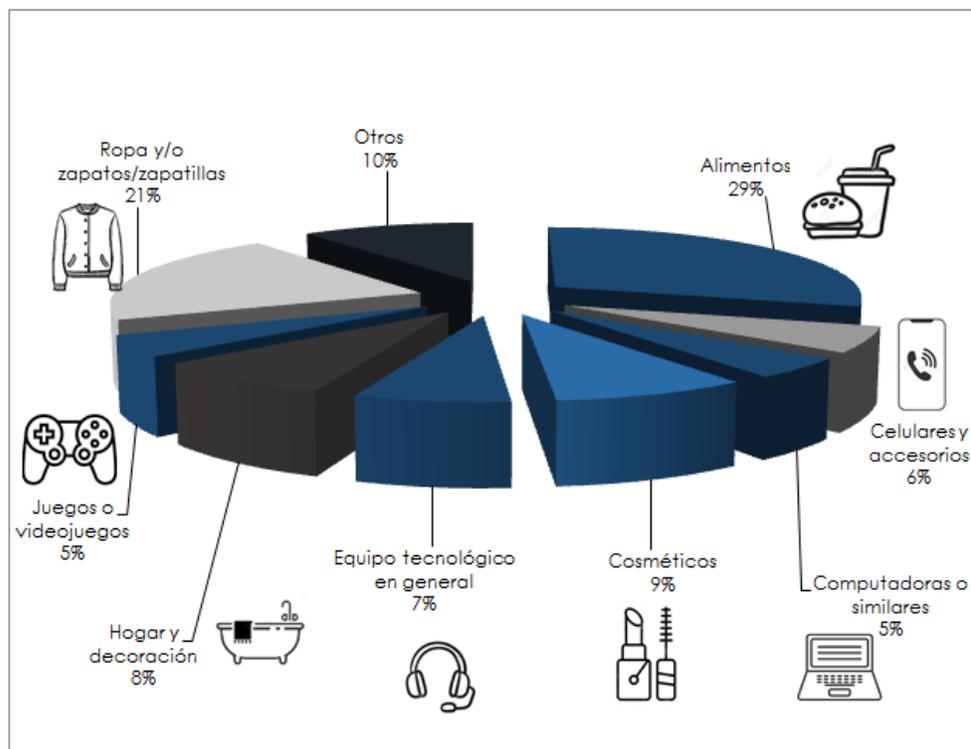
Fuente: Formulario de encuesta

Los encuestados fueron 59% del género femenino y 41% del género masculino, con edades entre 14 y 72 años, siendo las más frecuentes 21, 22, 23 y 25.

Esto guarda concordancia con la información de la encuesta de uso de las TIC del INEC, donde se evidenció en el año 2019 que la mayor proporción de uso de redes sociales estuvo en las edades entre 15 y 34 años.

Las actividades económicas con mayor aporte al Valor Agregado Bruto de Ambato en 2019, de acuerdo a las últimas cifras presentadas por el BCE, fueron la Manufactura con 16,1% y el Comercio con 15,1%. Considerando el gran movimiento comercial que tiene el cantón, es de suponer que el confinamiento por la pandemia a nivel mundial afectó esta actividad de manera importante a los grandes y pequeños emprendimientos locales.

Figura 2. Productos comprados por medios electrónicos en Ambato 2020



Fuente: Formulario de encuesta

Sólo en el centro de la ciudad, de acuerdo al estudio de movimiento comercial de la Av. Cevallos realizado por el Observatorio Económico en el año 2019, se contabilizaron más de 700 establecimientos que ofertan productos y servicios. La imposibilidad de comercializar físicamente, llevó a vendedores y consumidores a buscar alternativas de negocio que satisfagan sus necesidades.

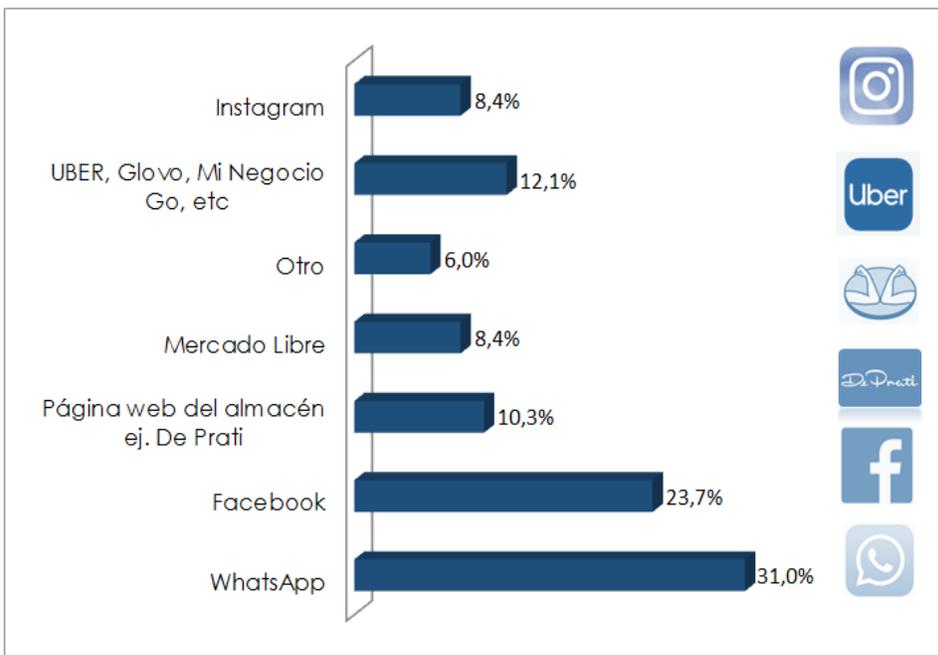
El 70,74% de encuestados realizó compras electrónicas el año anterior generando más de 2.000 transacciones en total, y de ese porcentaje, 204 personas compraron por más de 10 ocasiones en el año.

Variedad de productos se ofertan en este tipo de comercio, para Ambato se han representado los productos más comunes demandados en 2020 en la Figura 2.

Las transacciones de comercio electrónico pueden realizarse por distintos medios, puede ser directamente por páginas web de los locales comerciales, aplicaciones de compra, páginas de Facebook, Instagram, entre otras. Para el caso de Ambato, el medio más popular es WhatsApp y Facebook con 31 y 24% respectivamente, también se determina que se realizaron actividades comerciales por medio de nuevas aplicaciones como UBER, Glovo, PedidosYa, entre otras, y páginas propias de almacenes como De Prati, ETAFASHION, FYBECA, etc. Los medios de uso menos frecuente entre los encuestados fueron Instagram y Mercado Libre, a pesar de que en esta última se puede validar la reputación del vendedor y disminuir los riesgos por estafa.



Figura 3. Principales medios de compra electrónica utilizados en Ambato



Fuente: Formulario de encuesta

El 32% de las compras electrónicas en Ambato en 2020 fueron de productos de origen nacional, y el 8% extranjeros, el 31% de compradores en su lugar adquirieron productos tanto ecuatorianos como del extranjero.

El 40,7% de las compras se hicieron directamente al almacén o tienda, el 37,6% a personas particulares, 10,8% a productores, 6,3% a personas que viajaron al extranjero que hacen encargos de mercadería y 4,5% a otros.

Hablar de comercio electrónico implica abordar parámetros que no se consideran en compras físicas, como por ejemplo, entrega de mercadería, costo por entrega y motivaciones de compra por estos medios, entre otros.

Del total de personas que afirman haber realizado compras por medios digitales, 370 recibieron su pedido en su domicilio directamente por el comerciante, a 130 se lo enviaron por servicio de Courier, 44 lo retiraron en el almacén y 29 lo recibieron por otro medio.

Los productos que con mayor frecuencia se retiran directamente en el almacén o tienda son alimentos y ropa o calzado.

Una de las ventajas de realizar ventas por medios digitales es el ahorro de ciertos costos en los que incurre el vendedor para su actividad comercial, sin embargo, existe otro tipo de recargos que se suman al valor de la compra, entre ellos transporte y embalaje. De acuerdo a los informantes, el 15% tuvo que asumir estos costos adicionales, dentro de la ciudad el costo por envío está entre \$0,50 y \$3,5 y envíos a nivel nacional cobran en promedio \$6,90 dependiendo del tipo de mercadería y su peso o volumen.

Tabla 1. Motivo de compra por medios electrónicos

Motivo de compra en línea	Nro. de compradores
Para evitar salir de casa	259
Facilidad de comprar	154
Precios convenientes	72
Hay mayor variedad de productos	49
Apoyo a pequeños comerciantes	30
Otra	9
Total general	573

Fuente: Formulario de encuesta

El 41,9% de las compras se realizaron dentro de la provincia de Tungurahua, el 17,1% a nivel nacional y 41% en ambos territorios.

Evidentemente, la ejecución de estas compras requiere de algún equipo tecnológico básico, siete de cada diez encuestados empleó celular para ello, menos del 30% utilizó computadora y 1,1% tablet. El procedimiento es descrito por la mayoría de los encuestados como fácil y muy fácil, sin embargo, una minoría calificó de difícil y muy difícil la compra, tenían edades entre 50 y 60 años.

Según el Banco Central del Ecuador – BCE, en este periodo de pandemia, principalmente en 2020, los pagos electrónicos crecieron 35% en relación al año 2019, se empezó a utilizar con mayor frecuencia el Sistema de Pagos Interbancarios – SPI para transacciones pequeñas, lo que demuestra que la confianza en este tipo de transacciones ha crecido en la población. La seguridad financiera, la imposibilidad de movilizarse, temas de salubridad en el manejo de efectivo, entre otros, han influido.

En Ambato, las compras electrónicas sumaron un monto total de \$272.704,50 en 2020 (valores promedio reportados por los encuestados), y los medios de pago coinciden con la tendencia expuesta en el estudio del BCE mencionado líneas arriba.

El 38,17% de compras se cancelaron por medio de transferencias bancarias, más del 29% con tarjeta de crédito y menos del 25% con dinero en efectivo. Los informantes entre 15 y 25 años utilizaron en mayor frecuencia pagos en efectivo, aquellos con edad entre 26 y 35 años realizaron en su mayoría transferencias bancarias y los que se encuentran en el rango de 36 y 45 utilizaron tarjeta de crédito más que otros medios de pago.



El pago por el producto vendido depende del acuerdo entre las partes, la mayoría de transacciones (casi la mitad de ellas) se realizan 100% por adelantado, otro porcentaje se hace el momento de la entrega y una minoría acuerda un abono anticipado y la diferencia durante la entrega.

Ventajas y Desventajas del comercio electrónico

Ventajas para los vendedores:

- Ahorro en costos por arrendamiento y servicios básicos, en caso de comercializar únicamente por este medio.
- Ampliación del alcance de sus ventas a nivel no solo local sino nacional, e incluso internacional.
- No se detienen las actividades comerciales en casos como la pandemia por COVID-19.
- Oportunidades de crecimiento de negocio.
- Oferta de sus productos 24/7.
- Los pequeños emprendimientos tiene oportunidad de competir y ofertar por medios electrónicos sin necesidad de contar con un lugar físico.

Ventajas para los compradores:

- Acceso a miles de productos en todas partes del mundo.
- Posibilidad de comparar precios en diferentes mercados.
- Variedad de métodos de pago para elegir.
- Disponibilidad 24/7 para comprar.
- Comodidad para comprar, no debe salir de casa.
- Recibir el producto en su domicilio

Desventajas para vendedores:

- Mayor competencia.
- Debe incurrir en costos de transporte y embalaje.
- Debe contar con herramientas y aplicaciones digitales para ofertar sus productos o servicios.

Desventajas para los compradores:

- Deben disponer de herramientas tecnológicas para realizar compras.
- Generalmente no pueden hacer cambio o devolución del producto.
- Pueden ser víctimas de fraude.

NOTA

En esta investigación, el 15,5% de los encuestados se sintieron perjudicados en las compras electrónicas que hicieron en 2020. En la Tabla 2 se detallan los principales inconvenientes que se presentaron.

Tabla 2. Inconvenientes en el momento de la compra

Inconveniente en la compra	Cantidad
Mala calidad del producto	34
El producto no correspondía a la fotografía o publicidad	25
La entrega tardó más de lo acordado	23
No pudo hacer cambio o devolución	19
Mala atención del vendedor	15
Estafa (pagó y no le entregaron el producto)	11
Otro	8
Solicitó comprobante de venta y no le quisieron entregar	3

Fuente: Formulario de encuesta



Recientemente se ha incrementado una modalidad de comercio con productos que provienen del extranjero y son traídos directamente por viajeros que hacen las veces de "Courier", algo así como compra de un espacio en el equipaje (Diario El Comercio). La oferta de estos servicios también se da por redes sociales y generalmente la transacción se concreta por estos mismos medios. Algunas de las compras suelen darse desde el Ecuador con pagos electrónicos y entrega en direcciones específicas en el exterior. Los artículos comercializados por esta modalidad provienen generalmente de Estados Unidos.

Diario El Comercio en una publicación de noviembre de 2020, enuncia que el cobro depende del tipo de producto y puede ser entre 9 y 10,5 dólares por libra. En Ambato, en redes sociales se puede observar anuncios con precios de entre \$7 y \$10 por libra o fracción de productos varios, celulares entre \$50 y \$60, perfumes \$40, entre otros.

En este estudio, 6,3% de encuestados hizo compras a personas que viajaron al extranjero y la modalidad de cobro fue en 37,3% por libra, 22,7% por paquete, 14,7% un porcentaje sobre el valor de la compra y 25,3% otro.

Esta modalidad de compra y venta tiene una connotación de evasión aduanera y competencia desleal con los comercios que importan bajo las normativas vigentes.

Tendencia

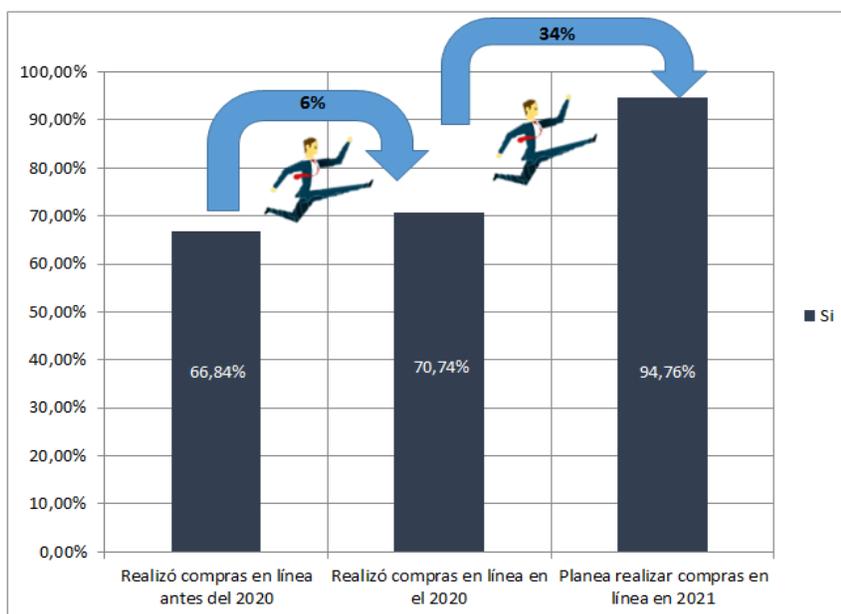
Se muestran tres escenarios en cuanto al comercio electrónico desarrollado en Ambato, antes de 2020 el 67% de encuestados, había realizado compras por medios electrónicos anteriormente, porcentaje que creció en 2020, llegando a 70,74% y con una proyección para 2021 de 95% de personas que continuarán realizando este tipo de transacciones.

Esto quiere decir que, un 3,90% de informantes incurrió por primera vez en esta modalidad de comercio, la que podría ser producto de alguna de las causas expuestas en la Tabla. 1.

Datos adicionales

Durante el año 2020, de acuerdo a la información recolectada, se llevaron a cabo más de 2.000 compras por canales digitales, de las cuales el 25,38% no recibió ningún tipo de comprobante de venta, sea porque no lo solicitó o porque no se lo entregaron como normalmente se debe hacer. Esto genera un nivel de informalidad en el comercio digital, y con ello consecuencias tributarias y de garantías para el consumidor, como lo menciona la Cámara Nacional Comercio, Servicios, Turismo de Chile en su publicación sobre el Índice de Informalidad en el E-Commerce.

Figura 4. Tendencia de comercio electrónico en los encuestados



Fuente: Formulario de encuesta