

ENTREVISTA

Comercio Electrónico

1. ¿Considera usted que el comercio electrónico es una herramienta fundamental en el desempeño empresarial?

Desde la perspectiva de los Mass Media, en 1987, Jackson describe a la comunicación corporativa como la actividad total de la comunicación generada por una empresa para alcanzar los objetivos planificados. De allí que, una empresa que desee ofertar sus servicios a las personas del mercado meta al cual se dirige, debe encontrar la manera de darse a conocer a través de los diversos dispositivos, los diferentes medios, las herramientas de aplicación (El internet fijo, móvil, radio on line, tv online, las redes sociales, los mailing), etc.

2. ¿Qué piensa usted respecto a que no debe seguirse contemplando el comercio electrónico como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades empresariales?

El Comercio Electrónico es una parte de las tecnologías de información, que son usadas por las empresas para expandir sus mercados y negocios tanto nacional e internacionalmente. No considero que sea el uso de la tecnología en sí, lo que mejora las actividades empresariales, sino la forma de trabajar del grupo humano que labora en una Institución lo que impulsa los negocios hacia el éxito.

3. Una de las actividades empresariales que podría beneficiarse mayormente de la incorporación del comercio electrónico, es la de existencias comerciales. ¿Qué opina al respecto?

Hablando en términos contables sobre las existencias, sean comerciales o industriales, estarían encausadas en el ámbito de la logística web que es parte importante dentro del comercio electrónico, al ser considerada por parte de una empresa, debido a que tanto la distribución interna de la materia prima dentro de la empresa, como la externa es usada por las PYMES y en este último caso usaría intermediarios para la distribución en la exportación de los productos terminados.

4. ¿Cree usted que realmente se ha desarrollado el comercio electrónico en nuestro país con relación a otros países?

Sí, porque en nuestro país cada vez más las PYMES buscan ofertar sus productos al exterior y los ciudadanos comprar en empresas extranjeras productos con ofertas y luego pagar usando los servicios que ofrecen diversos Bancos, los cuales cada vez más ofrecen variedad de métodos de pagos; una de ellas es la opción de adquirir casillas postales en el extranjero para que les entreguen la mercadería a sus afiliados y luego proceder a realizar el trámite de traslado de los productos desde el exterior al lugar donde se originó el pedido, con la previa autorización del pago de impuestos por parte de los compradores.



Ing. Ana Ulloa Armijos, MAE.
Directora de la Carrera
de Ingeniería en Comercio Electrónico.

Maestría en Administración de Empresas obtenido en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (año 2012)

Diplomado en Gerencia Universitaria obtenido en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (año 2007)

Reconocimiento de Título Universitario del ITESM – Ingeniero en Sistemas Computacionales Administrativos obtenido en la Universidad de Guayaquil – Ecuador (año 2006)

Técnico en Desarrollo de web-site con énfasis en Programación obtenido en el Instituto Tecnológico de Costa Rica (año 2003)

Licenciada en Sistemas Computacionales Administrativos obtenido en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) N.L.- México (año 1993)

Entrevista realizada por:
Econ. Marjorie Vizueta R., Investigadora, ICE-FEE-UCSG

5. ¿Hay alguna ley que proteja el comercio electrónico?

Si existe una Ley de Comercio Electrónico que indica:

Desde el punto de vista de mensaje a nivel Nacional existe el reglamento a la ley de comercio electrónico con el Decreto Ejecutivo No. 3496. RO/ 735 de 31 de Diciembre del 2002.

La Ley No. 67, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 557 de 17 de abril del 2002 se expidió la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos; que consta de 23 artículos, en algunos de ellos se consideran aspectos que van desde los contenidos hasta las obligaciones del titular de la firma electrónica:

- Art. 1.- Incorporación de archivos o mensajes adjuntos
- Art. 2.- Accesibilidad de la información
- Art. 3.- Información escrita
- Art. 4.- Información original y copias certificadas
- Art. 5.- Desmaterialización
- Art. 6.- Integridad de un mensaje de datos
- Art. 7.- Procedencia e identidad de un mensaje de datos
- Art. 8.- Responsabilidad por el contenido de los mensajes de datos
- Art. 9.- Prestación de servicios de conservación de mensajes de datos

En cuanto al comercio electrónico, a nivel Internacional:

Existe el CNUDMI -Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (Nueva York, 2005).

Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

En cuanto a las disputas legales, existen en algunos términos:

- Propiedad intelectual y “copyright”
- Domain Names y Marcas registradas
- Difamación y Privacidad
- Enlaces y “Framing”

6. Las aplicaciones del comercio electrónico ayudan a reformar las maneras de realizar las actividades comerciales, y con frecuencia, actúan como un catalizador para que las empresas utilicen la reingeniería de procesos empresariales. ¿En la UCSG, específicamente en la carrera de comercio electrónico se estudia la reingeniería de procesos empresariales?

La carrera de Ingeniería en comercio electrónico tiene en las dos mallas curriculares la asignatura de reingeniería web donde se estudia el rediseño que va desde la interfase hasta la gestión de contenidos de un sitio web, dentro de este contexto se realizan algunos cambios en los procesos empresariales, como:

- El enfoque de la reingeniería para mejorar el comercio electrónico.
- Los costos de proyectos de reingeniería web.
- La implementación de proyectos de reingeniería web.

7. La conectividad entre los participantes es una cuestión esencial para la viabilidad del comercio electrónico e internet, lo que consigue a un costo bajo ¿Qué opina usted sobre esto?

En el comercio electrónico lo importante es mantener la conectividad del internet, debido a que permite mantener alzado el servicio a nivel nacional e internacional las 24 horas del día. Con respecto a los costos tienen que ser evaluados por las compañías, debido a la importancia de mantener la comunicación con sus empleados, clientes, proveedores etc.