

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES

**IMPLEMENTACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO
ELECTRÓNICO, RETOS Y OPORTUNIDADES PARA COSTA
RICA CON BASE EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES
EN EL PERIODO 2012-2017**

SUSTENTANTE:

CARLOS ANDRÉS MURILLO QUESADA

TUTOR

PAMELA RAMÍREZ GUEVARA

SAN JOSÉ – COSTA RICA, OCTUBRE, 2018

Índice.....	2
Capítulo I. Introducción.....	4
1.1. Planteamiento del Problema.....	7
1.2. Objetivos.....	10
1.2.1. Objetivo General.....	10
1.2.2. Objetivos Específicos.....	10
1.3. Justificación.....	11
1.4. Antecedentes.....	14
1.5. Proyecciones.....	18
Capítulo II. Marco Teórico.....	20
2.1. Plataformas de E-commerce.....	20
2.2. Evolución del E-Commerce.....	28
2.3. Startups características y diferencias con el E-Commerce.....	31
2.4. E-Commerce y Startups como Emprendurismo.....	37
2.5. Líderes en Comercio Electrónico (EEUU, Israel, Chile).....	41
2.5.1. Estados Unidos.....	42
2.5.2. Israel.....	43
2.5.3. Chile.....	45
2.6. El Papel de la Inversión Extranjera Directa.....	48

Capítulo III. Marco Metodológico.....	51
3.1. Enfoque de la Investigación.....	51
3.2. Diseño Descriptivo.....	52
3.3. Fuentes.....	52
3.3.1. Primarias.....	52
3.3.2. Secundarias.....	52
3.4. Variables de Investigación.....	53
3.5. Instrumentos de Investigación.....	56
3.6. Recolección de Datos.....	59
Capítulo IV. Análisis de Resultados.....	67
4.1. Costa Rica en el Comercio Exterior.....	67
4.2. Tendencias Mundiales del E-Commerce.....	67
4.3. Situación Actual de Costa Rica con el E-Commerce.....	68
4.4. Retos y Oportunidades de Costa Rica con el E-Commerce.....	70
4.5. Análisis de Resultados de la Implementación de las Plataformas de Comercio Electrónico, para Costa Rica.....	73
4.5.1. Plataformas Electrónicas y Su Uso en el Sistema Internacional Usando Como Referencia a Estados Unidos, Israel y Chile.....	73
4.5.2. El Impacto que Tiene la Inversión Extranjera Directa.....	74
4.5.3. La Situación Actual de Costa Rica en la Implementación de las Plataformas.....	75

4.5.4. Los Retos y Oportunidades para Costa Rica en con el Comercio Electrónico.....	75
Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones.....	77
5.1. Conclusiones.....	77
5.2. Recomendaciones.....	80
Referencias Bibliográficas.....	82

DEDICATORIA

Lleno de regocijo, de amor y esperanza dedico este proyecto a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero, cariño y trabajo me lo he ganado.

A mis padres Fernando Murillo Martínez y Guiselle Quesada Ramírez que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral, en la psicológica y económica para poder llegar a hacer un profesional en las Relaciones Internacionales.

A mis hermanos Alejandra Murillo Quesada y José David Murillo Quesada por el apoyo y amor que siempre me brindan incluso durante el transcurso universitario sin ustedes no lo hubiera logrado los quiero muchísimo. Así como a mí cuñado Wagner Freer Chang y a mí sobrina María José Freer Murillo sin ustedes no lo hubiera logrado.

AGRADECIMIENTOS

Este ha sido proceso difícil largo en el cual me he enfrentado a varios aspectos que me han hecho caer, pero siempre que logrado sobreponerme con el apoyo de todas estas personas como el Ave Fénix, provocando que sea de gran ayuda y de gran aprendizaje. A todos les estoy sumamente agradecido con todos.

A todos los compañeros de los cuáles he aprendido bastante de ellos, además de los profesores y a los directores de la Escuela de Relaciones Internacionales porque he aprendido de todos, gracias por compartir de su conocimiento. Y sobre todo quiero agradecerle a mi amiga, mi profe y mi tutora Pamela, sin ella no lo hubiera podido realizar, gracias de verdad Pame por tus palabras de apoyo cuando más las necesitaba, te quiero muchísimo y amistades como la tuya valen muchísimo.

Además a mis mejores amigos del colegio Checho y Chino que siempre han tenido palabras de apoyo en las buenas y en las malas son compás increíbles muchas gracias a los 2. Así como a mis amigos Arnulfo, Allan, Arturo, Marco y Sergio que han sido

compas increíbles y siempre he podido contar con ustedes para las buenas y no tan buenas.

Resumen Ejecutivo

Por esto, en el presente trabajo se indagará sobre las plataformas de comercio electrónico, las consecuencias económicas y políticas, tanto positivas como negativas, que traen consigo y cómo influyen en las relaciones internacionales. Se realizará un análisis que comprende los antecedentes de algunas empresas en particular. Las compañías serán Amazon, Uber y las aplicaciones que han tenido los equipos de fútbol en Costa Rica, también se realizará una entrevista con la encargada de estos temas en la Promotora del Comercio Exterior (Procomer). Igualmente, se evaluarán los objetivos de estas empresas-organizaciones.

Los Estados han pasado de lo físico a lo digital, con esto se ahorra dinero, logran conexiones en el ámbito mundial y permiten que se logren visualizar las agendas electrónicas y los planes de gobierno de cada Estado.

Esta investigación es importante porque generará conciencia sobre la utilidad de estas aplicaciones digitales, así como la inversión económica que van a generar al país. Además, busca generar una perspectiva para que los jóvenes, desde que se encuentran en el colegio, empiecen a desarrollar habilidades y destrezas en el tema tecnológico.

La relevancia social que tendrá esta investigación será demostrar que estas aplicaciones son positivas, que generarán nuevas oportunidades tanto para jóvenes como oportunidades de empleo y que, en caso de una crisis económica, esta sea una solución viable para que el Gobierno pueda recaudar los impuestos necesarios.

El enfoque utilizado en la investigación será el cualitativo, debido a que lo que se pretende estudiar es el avance tecnológico de las sociedades y su influencia en los procesos de digitalización.

El diseño descriptivo busca describir la investigación mediante una serie de recursos, como las propiedades, características y rasgos importantes. Todo esto es importante, porque elementos van a ayudar a que se encuentre una mejor solución,

además, facilitará la búsqueda de información.

Las fuentes primarias para este trabajo de investigación serán las entrevistas a expertos en el tema de las plataformas comerciales.

Como fuentes secundarias está la revisión bibliográfica para recolectar de datos.

Variables e Instrumentos: -Evolución del Comercio Electrónico –Sistema Internacional y serán por medio de Revisión Bibliográfica.

-Plataformas de Comercio Electrónico por medio de la encuesta “Costa Rica Digital” aplicada a 10 estudiantes y profesores de Aduanas y logística.

- Los Retos y Oportunidades para Costa Rica con el E-Commerce y las Startups. Por medio de una entrevista a Profundidad con la encargada de E-Commerce de Procomer.

Entre los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de la encuesta son que no muchos costarricenses cuentan con el conocimiento requerido en Emprendedurismo y en tecnología siendo un problema para Costa Rica por que la IV Revolución Industrial ya se estableció en el mundo.

Entre los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de la entrevista el comercio electrónico ha generado grandes pérdidas para las compañías que cuentan con tiendas físicas o grandes tiendas comerciales, la población se ha vuelto sedentaria por el uso de las nuevas aplicaciones tecnológicas, las personas no quieren salir de su casa o no cuentan con el tiempo necesario. Además que se deben crear nuevas políticas públicas que defiendan a los consumidores para que tengan mayor seguridad al optar por estos comercios, del mismo modo, se debe incentivar que las pequeñas y medianas empresas comiencen a innovar en el ámbito tecnológico, aumenten sus ventas y, con esto, la oferta de empleo.

Por lo tanto se afirma la relevancia de la investigación en que Costa Rica debe trabajar arduamente y tomar como ejemplo a las potencias mundiales en tecnología como Estados Unidos, México, China, Japón, España, Alemania, Chile, entre otros. Estas naciones han trabajado en obtener infraestructura de primer nivel, así como generar todos los recursos necesarios para que las tecnologías se desarrollen de forma

segura, tanto para los consumidores como para los vendedores. Asimismo, han brindado capacitaciones y cursos para incentivar a que los pobladores de cada potencia tecnológica mencionada utilicen estas aplicaciones o páginas *web*.

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo ha avanzado en el aspecto tecnológico, ahora los teléfonos inteligentes son tan potentes como las computadoras y cumplen muchas tareas, cada día que pasa se crean nuevas aplicaciones tecnológicas para brindarles mayor satisfacción, seguridad y eficacia a los usuarios de estas. Los estados conocen esta situación, lo cual han intensificado esfuerzos para digitalizarse, gracias a estos esfuerzos ahora es más fácil estudiar, analizar y canalizar, los planes de gobiernos cuando hay campañas, así como las agendas digitales de cada estado que se ha convertido en virtual.

Por esto, en el presente trabajo se indagará sobre las plataformas de comercio electrónico, las consecuencias económicas y políticas, tanto positivas como negativas, que traen consigo y cómo influyen en las relaciones internacionales. Se realizará un análisis que comprende los antecedentes de algunas empresas en particular. Las compañías serán Amazon, Uber y las aplicaciones que han tenido los equipos de fútbol en Costa Rica, también se realizará una entrevista con la encargada de estos temas en la Promotora del Comercio Exterior (Procomer). Igualmente, se evaluarán los objetivos de estas empresas-organizaciones.

Los Estados han pasado de lo físico a lo digital, con esto se ahorra dinero, logran conexiones en el ámbito mundial y permiten que se logren visualizar las agendas electrónicas y los planes de gobierno de cada Estado. Además, ayuda a proteger el medioambiente, que es un tema tan importante para los Estados y los Organismos Internacionales. Con el objetivo de lograr mejorar el medio ambiente conjuntamente con la digitalización se ha incentivado a que los pobladores reciclen y a cambio obtengan dinero virtual en algunos comercios, como los cupones.

El comercio no puede quedarse atrás de la tecnología y, en la actualidad, las empresas se vuelven virtuales. Debido a esto, las compañías deben realizar sus facturas electrónicamente, hay algunas que venden sus productos en línea. Con base en los avances tecnológicos actuales, el Gobierno de la República de Costa Rica ha tenido que realizar grandes esfuerzos para digitalizarse, ha logrado colocarse entre los

primeros cinco países latinoamericanos y es el número uno en Centroamérica.

De acuerdo con la CIO América Latina (2012):

Estudio de Comercio Electrónico en América Latina de América, Economía Intelligence, comisionado por Visa, reveló que entre el 2010 y el 2011, el comercio electrónico creció un 42,8 % en América Latina y el Caribe, sobrepasando un gasto total de USD\$ 43 mil millones, cifra que representa casi el doble de las ventas de comercio electrónico registradas en la región en el 2009 (s. p.).

El artículo de la CIO América Latina, describe cómo el comercio digital ha empezado a desarrollarse de una forma agresiva, pero positiva, en América Latina y el Caribe. Para ese lapso logró generar USD\$ 43 mil millones, cifra que con los años ha aumentado. Esto se debe a que para los usuarios es más cómodo pedir un artículo desde la comodidad de su hogar y que después se lo lleven hasta su lugar de preferencia. Los comercios que todavía no utilizan la herramienta de Internet se han quedado rezagados.

La nueva tendencia es que para los usuarios les sea más cómodo pedir un artículo de su preferencia desde la comodidad de su hogar, y que luego se lo lleven hasta su lugar de preferencia. El comercio electrónico ha ido creciendo de una forma agresiva pero positiva, sin embargo para los comercios que todavía no utilizan la herramienta del internet se han ido quedando rezagados, por tal motivo en otros países se está incentivando a los pequeños y medianos productores a que utilicen las herramientas virtuales.

Por otro lado, el comercio electrónico afecta también a las relaciones internacionales, Estados y distintos Organismos Internacionales. Sin embargo, todavía es tema de debate, porque Organismos como la Organización Mundial del Comercio (OMC) no saben cómo clasificar este tema. No obstante, el Gobierno de la República de Costa Rica ha logrado implantar impuestos para aplicaciones tecnológicas como Spotify, Netflix, entre otras. En todas las reuniones entre estados se busca la forma de abrir mercados, las nuevas aplicaciones tecnológicas no solo logran abrir mercados, sino que permiten que muchos ciudadanos trabajen para estas compañías.

Amazon, una plataforma mundial, tiene oficinas en Estados Unidos, así como en Costa Rica, esta última brinda servicios a países como Reino Unido, España, Estados Unidos, entre otros. Esto es muy común en las empresas actuales, que las aplicaciones estén dirigidas al mercado de un Estado en específico, pero tienen centros compartidos en otras naciones. Todo esto se da gracias al avance tecnológico y al conocimiento de los ciudadanos.

El avance tecnológico de las sociedades da grandes pasos:

Una sociedad en la cual el conocimiento sea un factor clave en las actividades de individuos, empresas, comunidades y gobierno, será una sociedad más capaz de dirigir sus destinos autónomamente. La atracción de inversiones será más viable, el intercambio comercial internacional se verá estimulado y el éxito de los negocios internacionales basados en tecnología y conocimiento será más probable (Monge y Céspedes, 2002, s. p.).

Como lo indican Monge y Céspedes, los avances tecnológicos están a favor del comercio, de la protección al medioambiente, además incentivan que los jóvenes se desarrollen en este ámbito. Por otra parte, con la tecnología los negocios internacionales, van a desarrollarse de una forma más ágil, simple ya que van a minimizar costos, esto hace que las finanzas ejecutivas se logren de una mejor manera.

Las exportaciones e importaciones de Costa Rica son un ingreso económico importante, sin embargo, el comercio digital ha avanzado a paso lento, hay nuevas plataformas comerciales que ofrecen muchos productos, pero para el Gobierno de Costa Rica ha sido todo un reto hacer que estas plataformas paguen sus impuestos. De acuerdo con Monge y Céspedes:

Es imprescindible, entonces, que el país cuente con estrategias coherentes que den dirección a las diversas iniciativas que surjan de los actores públicos y privados, para que los esfuerzos se encaminen hacia los objetivos comunes y –en un marco de racionalidad– se logren sinergias que permitan alcanzarlos más rápidamente, con el mínimo de errores y desperdicios, maximizando el impacto de sus resultados en la población. Esto no es una utopía, como bien lo han demostrado varios países asiáticos, especialmente Corea, Taiwán y Singapur (2002, s. p.).

Con respecto a las distintas estrategias, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones en conjunto, con otros ministerios, además de empresas privadas, desarrollan distintas estrategias. Por ejemplo, en conjunto con el Ministerio de Hacienda de Costa Rica, se ha empezado a implantar la facturación electrónica, para que se deje de utilizar papel y que los evasores fiscales no tengan oportunidad de evasión y con esto Costa Rica va a destacar entre los países de Latinoamérica con mayores avances tecnológicos.

El continente asiático ha tenido un desarrollo económico digital, países como Singapur o Corea, en conjunto con naciones europeas como Finlandia, se encuentran entre los 10 países en el ámbito mundial que han logrado avances en este ámbito. Esto según datos de *The Global Information Report*, un área del Foro Económico Mundial. Por lo tanto, se pretende que los países en desarrollo tengan los avances tecnológicos como una prioridad, que mejoren en su rendimiento tecnológico. Costa Rica están vías de desarrollo, sin embargo, todavía falta camino.

El cambio de lo físico por lo digital ha sido abrupto, ha generado grandes controversias en todos los sectores de la población. Algunos se encuentran a favor de estas plataformas digitales (por ejemplo Uber), por motivos como horarios, seguridad, comodidad, entre otros, mientras que existen sectores en contra de estas plataformas, pues afirman que traen mayores problemas para la población y que son ilegales. Además, consideran que ni siquiera deberían estar disponibles para la descarga, sin embargo, es importante recapacitar sobre lo que es mejor para cada Estado y su jurisprudencia.

Asimismo, se recopilará información sobre cómo han servido las relaciones internacionales para que estas empresas empiecen a funcionar en el país. Las relaciones internacionales han sido parte fundamental de este crecimiento tecnológico. Por esto, es fundamental analizar y dar una perspectiva de relacionista internacional y aclarar los puntos en los que las relaciones internacionales han ayudado como un mecanismo para brindar apoyo al sector del comercio internacional de Costa Rica.

De la misma forma se pretende dar una perspectiva sobre como Costa Rica debe de comenzar a incursionar en el e-commerce además de crear leyes para poder

regular estas plataformas electrónicas que han sido todo un desafío para Costa Rica, a pesar de encontrarse con tecnologías avanzadas. Además Costa Rica debe de crear leyes no únicamente con el fin de regular estas aplicaciones sino que además para incentivar a que las pequeñas y medianas empresas logren obtener un mayor volumen de ventas.

Por último, se determinarán las conclusiones de una forma clara, para que los lectores puedan comprender, de una mejor manera, el impacto socioeconómico que generan estas aplicaciones, también se profundizará en cómo las relaciones internacionales han servido para que estas empresas empiecen a funcionar en Costa Rica y la forma en la que el Gobierno de Costa Rica se prepara para estas nuevas aplicaciones.

1.1. Planteamiento del Problema

Se pretende analizar la funcionalidad de las empresas en cuanto al sector virtual, debido a que es un tema en auge. Este trabajo procura dar una perspectiva socioeconómica de cómo las empresas trabajan de forma digital, lo que generan estas empresas en el país y cómo las relaciones internacionales han sido una herramienta para el comercio electrónico, por medio de Tratados Internacionales que permiten que estas empresas se establezcan y generen nuevos empleos, mejoren la economía y sobre todo ayudar al Estado.

Además, se determinarán cuáles son los retos y oportunidades que tiene Costa Rica con respecto al tema del comercio electrónico. El gobierno costarricense ha hecho un gran esfuerzo en transformarse desde el punto de vista tecnológico, así como para educar a la ciudadanía en este ámbito y establecer los impuestos correspondientes.

Con respecto a las oportunidades, se ha incentivado a los jóvenes a que desde edades tempranas se desarrollen en proyectos científicos y tecnológicos, asimismo, han hecho que Costa Rica se cotice como un país tecnológico que proyecta innovación. Sin embargo, aún se pueden notar en factores culturales, económicos, entre otros, en detrimento de la tecnología, ya que esta no se percibe como una herramienta, sino como una traba más del gobierno.

Por esto, debe educarse a la población para que aprenda que la tecnología es una herramienta para solucionar problemas. Sin embargo también se debe reconocer que hay grandes peligros por esto la ciberseguridad que se brinde debe de ser una que sea sólida y que ofrezca seguridad a los clientes, como ha sucedido anteriormente los “hackers” crean páginas iguales a la de los bancos confundiendo a los usuarios generando que les roben su dinero, y los bancos simplemente no se hacen responsables.

La responsabilidad tecnológica es otro elemento fundamental en la cual Costa Rica debe de trabajar porque si a un usuario de un banco le roban su dinero por medio de las plataformas digitales de los propios bancos o de las páginas, ellos no se hacen responsables por lo sucedido incluso si el usuario siguió con todos los mecanismos de seguridad, hay que erradicar esta cultura de que los bancos nunca se hacen responsables. Porque esto lo único que generará es inseguridad e temor en los usuarios en utilizar las plataformas electrónicas.

La nueva demanda comercial son las aplicaciones tecnológicas, esto hace posible que cualquier persona, en cualquier parte del mundo, tenga acceso a estas plataformas, para lograr empleabilidad, generar ingresos y auxiliar tanto a los socios como a los colaboradores. Por este motivo es que estas plataformas son tan serviciales. Con cada descarga, los comercios ganan dinero, incluso con que los clientes visiten sus perfiles en redes sociales. Con esto, las empresas logran obtener beneficios económicos y transmiten esto a los clientes.

Respecto a los retos y oportunidades que presenta el comercio electrónico, Costa Rica se contradice, a pesar de que el país hace grandes esfuerzos por avanzar en tecnología. En Estados Unidos, una de las empresas más fuertes se declaró en *banca rota* como consecuencia del auge del comercio electrónico, esto confirma lo expuesto. En el presente, el comercio electrónico es la nueva vía de comerciar, esto hace que grandes empresas se deban cambiar a lo digital o lleguen casi a la quiebra.

Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto de las plataformas de comercio electrónico, así como los retos y oportunidades para Costa Rica, con base en las Relaciones Internacionales?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Investigar la implementación de las plataformas de comercio electrónico, así como los retos y oportunidades para Costa Rica, con base en las relaciones internacionales durante el periodo 2012-2017.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Comparar el desarrollo histórico de la implementación del Comercio Electrónico en el Sistema Internacional, usando como referencia plataformas similares en países como Israel, Estados Unidos y Chile.
2. Determinar el papel de la Inversión Extranjera Directa en el desarrollo del Comercio Electrónico.
3. Reconocer la posición (situación) actual de Costa Rica en la implementación de las plataformas.

4. Analizar los retos y oportunidades para Costa Rica en relación con el comercio electrónico.

1.3. Justificación

Esta investigación es importante porque generará conciencia sobre la utilidad de estas aplicaciones digitales, así como la inversión económica que van a generar al país. Además, busca generar una perspectiva para que los jóvenes, desde que se encuentran en el colegio, empiecen a desarrollar habilidades y destrezas en el tema tecnológico.

La relevancia social que tendrá esta investigación será demostrar que estas aplicaciones son positivas, que generarán nuevas oportunidades tanto para jóvenes como oportunidades de empleo y que, en caso de una crisis económica, esta sea una solución viable para que el Gobierno pueda recaudar los impuestos necesarios.

Además de los puntos desarrollados, tendrá relevancia en los sectores comerciales, ambiente, cooperación y tecnología. Este trabajo pretende dar a entender que estos sectores están relacionados. La digitalización es la nueva forma de comercializar, entre empresas que son un claro ejemplo de esto están los equipos de fútbol, que venden los boletos de forma digital y, al evitar el uso de papel, contribuyen

con el medioambiente.

Estos son temas que se tocan en las reuniones internacionales, asimismo, existen organismos que velan por la protección del mundo. Si Costa Rica logra legalizar estas plataformas comerciales, además de que va a hacer de gran ayuda para el gobierno desde el punto de vista económico, se evidenciará que el país vela por conservar el planeta y, por medio de la cooperación, las empresas van a querer instalarse en Costa Rica.

A nivel internacional los periódicos se están trasladando hacia el ámbito digital, lo cual va a generar que no se deba de imprimir tanto papel siendo un aspecto positivo para el cuidado del medio ambiente. Además va a permitir poder colocar noticias actuales que suceden en el momento evitando tener que esperar hasta el día para imprimir la noticia. Asimismo la accesibilidad que brinda la tecnología va a permitir que se pueda obtener periódicos en diferentes idiomas, de diferentes Estados, generando esto un papel determinante para las Relaciones Internacionales que se requiere contar con la información adecuada de los Estados.

Con esta investigación, se pretende dar a conocer que los avances tecnológicos, en la actualidad, son fundamentales y cómo se ha unido la tecnología con el comercio, esto es positivo, ya que muchos productores costarricenses pueden enviar sus productos por medio de exportaciones a diferentes destinos o, al contrario, se pueden importar materias primas desde el extranjero, con solamente ingresar a estas plataformas digitales, lo cual ha permitido que las empresas brinden cooperación para los costarricenses por medio de la enseñanza.

Según Herrera:

Apoyamos toda iniciativa que busque disminuir la brecha digital existente entre naciones desarrolladas y las que están en vías de mejoramiento. La educación ha sido pilar fundamental en que se ha apoyado nuestra sociedad para alcanzar el desarrollo. Seguiremos dando alta prioridad a todo lo que implica mejorar la capacitación y el aprendizaje, en especial de nuestros jóvenes, de manera que enfrenten el futuro con confianza y, plenamente, conscientes de los retos que la sociedad de la información traerá en competencias, destrezas y actitudes para innovar y cambiar las estructuras actuales, sin descuidar la institucionalidad y las normas de convivencia (2002, s. p.).

Las políticas digitales han sido fundamentales para el Gobierno costarricense, han logrado estimular a los jóvenes a que desarrollen tecnologías, al ofrecer las herramientas necesarias para que adquieran el conocimiento. Actualmente, las empresas solicitan que, aparte de idiomas, los solicitantes del empleo conozcan ciertas tecnologías o que, los que cuentan con títulos que los acreditan, reciban un sueldo considerablemente más alto. Por ejemplo, las personas que cuentan con conocimientos en Cisco.

Costa Rica se encuentra en desarrollo tecnológico, por esto, se ha invertido en programas sociales que promuevan las aplicaciones tecnológicas. El mundo se encuentra en constante cambio, por lo que las aplicaciones deben evolucionar, esto ha forzado a que los gobiernos realicen ese cambio hacia lo digital. Para los comercios, es más beneficioso ofrecer el acceso a una aplicación *web* en la que los usuarios puedan solicitar lo que desean.

El comercio electrónico permite que varios negocios se unan y promuevan sus comercios entre sí, por esto son tan importantes los aspectos tecnológicos, el comercio y las relaciones internacionales. Esta dinámica permite que, si se necesita hacer una compra internacional, ya no se debe ir hasta el país de origen del producto, sino que por medio de una computadora se puede realizar la compra. Además, existen aplicaciones que permiten reunirse por medio virtual, esto ahorra tiempo y dinero.

Con la ciencia y la tecnología se pueden conectar personas en todas partes del mundo, no solamente para hablar de negocios, sino también para conectarse con familiares que viven en el extranjero, sin embargo, para desarrollar estas plataformas de una mejor manera, deben ser legales y aportar al país en todo lo que puedan, ya sea al capacitar a jóvenes o estudiantes, brindar ofertas de empleo, pagar sus tributos, etc.

El mundo ha enfrentado grandes cambios en lo que a tecnología se refiere, por ejemplo, Japón, China, Estados Unidos y Brasil han sido de los más grandes desarrolladores de aplicaciones tecnológicas que, además de ser útiles, son sumamente prácticas, porque desde un teléfono se puede obtener la opción de mover sumas de dinero de un banco a otro o de hacer trámites bancarios, esto ahorra tiempo, dinero y esfuerzo.

Para ahondar en cómo el uso de las tecnologías beneficia a todos los sectores económicos de cualquier país, se cita a Monge y Céspedes:

Todas las actividades económicas pueden verse beneficiadas por el empleo de las tecnologías de información y de comunicación. Las articulaciones entre diversos actores pueden redundar en aprendizajes que favorezcan la competitividad nacional. Por ejemplo, paralelo a informar y capacitar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) con respecto a los beneficios que pueden obtener del uso de sistemas digitales para mejorar su productividad y competitividad, se puede estimular que empresas del sector de tecnología de información creen productos y servicios dirigidos a aquellas (como *software* de aplicación, soporte e instalación de redes, hospedaje para comercio electrónico, etc.) (2002, s. p.).

Para las pequeñas y medianas empresas (pymes), es fundamental contar con los factores tecnológicos, ya que permiten a los clientes ver los productos que ofrecen, sus promociones, además de permitirles comprar los productos, por esto, las pymes no pueden quedarse atrás sin la tecnología. Con la creación de *software* y aplicaciones, lo que se quiere, es desarrollar todavía mucho más a los países, que intercambien productos comerciales, que las empresas logren ahorrar más dinero. Además, existen aplicaciones que se encuentran relacionadas con satélites que permiten enseñarles a los usuarios las mejores rutas.

El e-commerce tiene la función de simplificar el comercio internacional, además de unificar al mundo de una forma en la que un usuario se encuentre en cualquier parte del mundo, y no tenga que viajar para conseguir su anhelado producto sino que por medio de las plataformas de e-commerce se pueda obtener el producto deseado de otro Estado. A través de unos sencillos pasos.

Otra forma de e-commerce es la producción de servicios como el tener la opción de recibir clases virtualmente en la cual, él o la estudiante se conecta a la plataforma para recibir los tutoriales correspondientes, en caso de tener alguna duda siempre se encontrará un profesor disponible. Pero además se puede brindar clases por medio de aplicaciones como “Skype” o el chat de Facebook, generando una sencillez para que se pueda estudiar idiomas o carreras virtualmente.

La utilización de las redes sociales se incluye dentro del e-commerce, porque

se han creado sitios en las redes sociales que permiten el intercambio de productos a un menor costo que en una tienda oficial esto por ser productos utilizados. Sin embargo puede ser un método peligroso porque no cumple con los requisitos, y la plataforma funciona únicamente para mostrar el producto deseado de venta pero si alguno el vendedor o comprador no cumplen no hay una institución para respaldar al afectado.

Por último, con este trabajo se pretende dar a conocer que los temas abarcados atañen a las relaciones internacionales que, además de formar diplomáticos, hacen que estas personas propicien oportunidades comerciales para los costarricenses, tanto para exportar como para importar. Sin embargo, Costa Rica debe avanzar en materia tecnológica, a pesar de que el Ministerio de Ciencia y Tecnología (Micitt) ha fomentado grandes avances. Es necesario, en conjunto con la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), el Ministerio de Comercio Exterior (Comex) y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, instar a los costarricenses en el tema de comercio electrónico o de plataformas virtuales, para beneficio del país.

1.4. Antecedentes

El comercio existe desde los inicios de la civilización, es fundamental para los seres humanos. Con el paso del tiempo, surgieron las relaciones internacionales, una herramienta para el comercio internacional que permite regular de mejor forma el comercio entre los países, por último, se creó la tecnología que ha beneficiado a ambas, mezclándolas y propiciando que, en la actualidad, surjan nuevas aplicaciones tecnológicas que sirvan para los usuarios, para los países, el comercio, las relaciones internacionales. Lo más importante es que con el comercio electrónico logra contribuir con la causa de la protección del ambiente.

En el siglo XX todo se realizaba por medio de documentos físicos: libros, contratos laborales o contratos para adquirir un bien o un servicio como el de telefonía, además, se utilizaba el sistema de factura física. Con la llegada del siglo XXI, la tecnología tuvo un gran impacto en todos los países. El simple hecho de que un teléfono inteligente pueda hacer la tarea de una máquina de escribir, además de

otras funciones, es una forma de digitalización.

Otro gran aspecto tecnológico es cómo los estudiantes actuales tienen acceso a mucha información de manera más fácil, a través de los libros digitales, esto evita que se tengan que imprimir. Un documento tan importante como la Constitución Política ya se encuentra en formato digital, disponible para estudiantes, además del beneficio económico (muchas veces las descargas son gratuitas), evita que las personas interesadas mal gasten su tiempo en búsquedas innecesarias.

Anteriormente, el Ministerio de Hacienda de Costa Rica era vulnerable a los evasores de impuestos, quienes declaraban facturas por cero colones. Sin embargo, el Gobierno ha empezado a usar las tecnologías con la implementación de la factura electrónica, para evitar esta situación cambie. No obstante, el tema de factura electrónica ha sido un caos para muchos empresarios, ya que no han logrado entender su funcionamiento. En el ámbito centroamericano este es de los avances tecnológicos más recientes y posiciona a Costa Rica como en primer país de la región en implementar estas tecnologías.

Otro paradigma que ha cambiado paulatinamente, tanto en el sector público como el sector privado, es el hecho de trabajar desde la casa (teletrabajo), los colaboradores deben cumplir con ciertos requisitos, además deben contar con una conexión a Internet óptima, a cambio, el colaborador se evitará el tráfico y desplazarse a un lugar determinado, porque trabajará desde su casa, tendrá mayor tiempo para compartir con su familia, además, mejorará su salud y bienestar, por la disminución del estrés. Por ende, la salud pública se optimizará, asimismo, contribuirá a disminuir la contaminación ambiental.

Según Monge y Céspedes:

Desde finales de la década de los noventa, el mundo ha comenzado a sentir con fuerza la transición de la Era Industrial hacia la Era del Conocimiento, Los países más avanzados han sufrido un cambio fundamental en el comportamiento de sus economías, al pasar de producir bienes intensivos en el capital, trabajo y recursos naturales, a servicios intensivos en recursos humanos altamente calificados, un fenómeno que está sucediendo, aunque en menor grado en los países en vías de desarrollo (2002, s. p.).

Como lo mencionan los autores, en el pasado las compañías se enfocaban en producir ciertos tipos de servicios, además de la contratación de personal con diferentes características. Sin embargo, con el paso de los años todo el enfoque es en lo digital. En el siglo pasado, en la contratación de personal, se debía gastar en diferentes recursos, tanto económicos como de tiempo. Ahora las empresas que solicitan personal nuevo deben realizar pruebas tecnológicas.

La tecnología permite el acceso internacional entre las empresas, además, ha tenido un gran impacto en la educación. En el siglo XX, para aprender un idioma era necesario matricular en algún instituto que ofreciera este servicio, además, había que desplazarse geográficamente y se utilizaban libros impresos, todo esto influía en aspectos económicos, de tiempo y de esfuerzo.

De acuerdo con Muñoz y Nicaragua:

El mundo globalizado actual requiere que las comunicaciones sean inmediatas y que la información se transmita no solo de forma ágil, sino también precisa. Hace 30 años, si alguien deseaba un artículo de una revista, debía solicitarlo usando el correo postal convencional y esperar a recibirlo por la misma vía en un tiempo que podía llegar a ser superior incluso a los dos meses. En la actualidad, algo así no solo es impensable, sino que también es inaceptable (2014, p. 2).

Las aplicaciones tecnológicas comerciales para la educación también han evolucionado. Por ejemplo, para ir a un banco a realizar trámites se debía ir con bastante tiempo, ya que a veces la espera podía ser de una hora o más, sin embargo, con las aplicaciones actuales, se puede escoger una fecha para la cita. Esto es muy favorable para los usuarios de las aplicaciones, asimismo, ayuda a que la población se eduque en temas de tecnología.

Para Avilés, Cáceres y Leiva (2011):

Las compras a través de medios electrónicos han tenido exponencial desde 1979 cuando se inventaron protocolos que permitían el traspaso de información de manera electrónica y después la masificación de Internet que inició en 1990, ha logrado que personas compren en distintas partes del mundo sin moverse, brindando una variedad de beneficios, pero, que no toda la población percibe por distintas razones (s. p.).

Desde 1979 empezó, indirectamente, e-commerce, se podía transmitir información por medio de redes y no fue sino hasta 1990 que, con la masificación del Internet, se empezó a desarrollar. En la década del 2000 inició un desarrollo histórico que permitió unificar a los países en el comercio, ya que un cliente puede encontrarse en cualquier parte del mundo y, por medio de las plataformas de comercio electrónico, comprar un producto desde cualquier lugar.

La investigación de Avilés, Cáceres y Leiva brinda un aporte histórico a los antecedentes de esta investigación, además proporciona detalles sobre beneficios del comercio electrónico, sin embargo, no toda la población puede percibirlos por diferentes razones como edad, estatus socioeconómico, etc. Además, se desarrolla aceleradamente, no es inclusivo y requiere de gran innovación por parte de los vendedores para atraer a los clientes y demostrarles que se trata de un comercio seguro en el cual pueden confiar.

Además el e-commerce trae antecedentes históricos importantes con la creación de empresas como Amazon que han ido marcando la pauta sobre cómo se debe desarrollar las plataformas electrónicas, en su momento los dueños de la empresa apostaron por el mercado digital en una era que a lo que se estaba acostumbrado era a ir a las tiendas físicas, en fechas especiales como navidad hacer filas enormes pero los dueños comprendieron de que esto era un proceso hasta llegar a hacer la mega empresa multinacional.

Para Ríos (2014):

Tenemos una declaración conjunta Unión Europea-Estados Unidos de América, sobre el comercio electrónico en la que se hace un reconocimiento en el sentido de que este tipo de comercio requiere una aproximación coherente, coordinada en el ámbito internacional en la que se le dé un seguimiento a través de la interacción con los foros multilaterales apropiados, que puede incluir por ejemplo, El Consejo de Industrias Opciones (OIC), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (s. p.).

El criterio de los autores mencionados en conjunto con Ríos permite esclarecer la relación existente entre el comercio eléctrico como una forma de interacción de

carácter mundial en función de los organismos internacionales que velan por su adecuado funcionamiento y la creciente necesidad de promover nuevas formas de desarrollo más inclusivas en la sociedad internacional, de forma que toda la comunidad pueda beneficiarse de la innovación del comercio.

Los antecedentes son fundamentales porque da una pequeña muestra sobre cómo ha ido en constante evolución la humanidad, como también de la tecnología porque en su momento los teléfonos fijos en los hogares fue un antecedente, pero ha ido evolucionando a través del tiempo hasta los teléfonos inteligentes que se encuentran en el presente que parece que vienen combinados con computadoras por todas las funciones que traen instalados, así como las páginas webs que permiten realizar compras de productos deseados desde cualquier parte del mundo hacia cualquier parte del mundo, además de que permite dar a conocer sus productos o servicios al mundo de una forma más sencilla.

1.5. Proyecciones

Con este trabajo se pretende abarcar las nuevas tendencias del comercio digital, por medio de plataformas o aplicaciones. Explicar por qué esta nueva tendencia es positiva, tanto para el comercio como para las relaciones internacionales. Esto se debe a que las relaciones internacionales deben estar actualizadas, al igual que las personas que estudian en esta área. Además, el comercio electrónico es la nueva tendencia en el ámbito mundial, las compañías que no se actualicen en el ámbito digital tendrán grandes pérdidas, por esto, con este trabajo lo que se quiere es dar a conocer la importancia que se merece y describir cómo es que estos temas se relacionan.

1.5.1 Alcances

Se procura explicar cuáles son los retos y las oportunidades para Costa Rica en esta materia, cuáles son los beneficios de aceptar que estas aplicaciones se rijan en la legislación costarricense y cuáles son los posibles impactos negativos de negarse a que estas aplicaciones empiecen a operar en el país. Este tema es sumamente importante para la sociedad costarricense, porque a pesar de que la tecnología puede ser confusa para la población, se debe adoptar lo más pronto posible.

Costa Rica, en el ámbito latinoamericano, se encuentra entre los mejores con respecto a la tecnología. Los gobiernos anteriores y el actual han hecho grandes esfuerzos para que cada más jóvenes tengan la oportunidad de estudiar en diferentes áreas tecnológicas, por medio ferias de las tecnologías para promover el interés cultural. Por este motivo, Costa Rica ha recibido mucha cooperación en ámbitos tecnológicos, por medio de becas para que estudiantes puedan ir a estudiar al extranjero, se capaciten y logren desarrollarse de una mejor forma. Posteriormente, volverán a Costa Rica para aplicar todos los conocimientos adquiridos.

Por otro lado, con este trabajo se pretende reflexionar sobre el vínculo entre el desarrollo de aplicaciones comerciales y las relaciones internacionales. No solamente involucran a los Tratados Internacionales, sino que también se pretende desarrollar la Inversión Extranjera Directa, además de la creación de empleos, de manera formal e informal.

En este proyecto se explicarán las políticas económicas tecnológicas con las cuales cuenta Costa Rica para su desarrollo y cómo se ha realizado la promulgación de estas aplicaciones. Por otra parte, desde los antecedentes históricos, las Relaciones Internacionales siempre han beneficiado al Comercio con un ciclo con estos tres elementos: Relaciones Internacionales, Comercio Internacional y Aplicaciones Tecnológicas.

1.5.2 Limitaciones

En este trabajo no se abordarán temas como la ciberseguridad, ya que este es un tema muy amplio que presenta otra serie de variables en el tema de la digitalización e innovación tecnológica. Por otro lado, tampoco se expondrán los temas legales en términos de las normativas que regulan las interacciones comerciales como el derecho comercial. Además de esto, este trabajo se recalca que la investigación se encuentra enfocada en las aplicaciones tecnológicas basadas en el comercio desde la óptica de las Relaciones Internacionales.

Otra de las limitaciones que no se abordarán será de Estados como Japón y China por la falta de traducción del idioma de las páginas de información, aunque se reconoce que son pilares fundamentales en digitalización así como de e-commerce.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

La digitalización es sumamente importante, permite a los ciudadanos ahorrar tiempo, recursos, etc., la digitalización tiene un rol indispensable en los tiempos modernos, esto provoca que los gobiernos y el comercio de cada país se trasladen a lo digital. El comercio no podría quedarse atrás siendo un pilar fundamental para todos los países, por lo cual se ido trasladando a lo digital paulatinamente, pero reconociendo que han tenido problemas, mayormente con la factura digital.

Las nuevas plataformas de comercio electrónico, conocidas como *e-commerce*, brindan soluciones para que los clientes puedan adquirir productos de una forma sencilla, además los productores pueden vender sus productos frescos, de forma rápida. Esto genera una reactivación económica, que tiene efectos positivos en la economía del país.

En este capítulo se describirá la historia de las plataformas de comercio electrónico, además se estudiarán 3 países en los que se ha logrado desarrollar a una gran velocidad. Los países son Israel, con su proceso de las *start-ups*, Estados Unidos con una de las economías más estables y, por último, Chile que ha tenido un gran avance tecnológico. Además, se explicarán las características y los tipos de plataformas de comercio electrónico.

2.1 Plataformas de E-commerce

Las plataformas de comercio electrónico están relacionadas con la digitalización en el ámbito mundial, por esto, la comunidad internacional no puede quedarse atrás y todos los países deben adaptarse a la digitalización y a las pymes se les debe asesorar en estos temas.

Actualmente, un país que no permita el acceso a las plataformas de comercio electrónico puede poner en riesgos a la economía, a menos que logren crear aplicaciones que sean multifacéticas o que produzcan sus propias aplicaciones de comercio electrónico, como sucede en Estados Unidos o China con aplicaciones como Amazon, Wells Fargo (banco) o WeChat.

Las aplicaciones de comercio electrónico, en la comunidad internacional, son fundamentales para la cuarta revolución industrial. En el continente americano se utilizan las aplicaciones que son creadas en Estados Unidos principalmente. Sin embargo, las aplicaciones estadounidenses están prohibidas en China. Para esto, han creado una aplicación multifacética que se llama *WeChat*, similar a WhatsApp, pero que puede pagar las facturas pendientes, mover dinero de una cuenta a otra, además de otra gran cantidad de funciones.

Es importante reconocer las nuevas tecnologías y su relación en el ámbito mundial, esto provoca que los organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización de Estados Americanos (OEA), entre otras, se actualicen.

Es trascendental reconocer que hay 5 tipos de comercios electrónicos que se describirán a continuación: “Comercio electrónico B2B, lo que significa es *business to business* (negocio a negocio) y es aquel en donde la transacción comercial únicamente se realiza entre empresas que operan en Internet, esto quiere decir que no intervienen consumidores” (Lane, 2014, s. p.).

El negocio a negocio es un tipo de comercio electrónico en el cual no hay clientes físicos, sino que son dos compañías que cooperan entre sí. Se presenta cuando dos empresas se asocian para buscar un bien en común, que es dar a conocer un producto para la atracción de mercados, por ejemplo, con las redes sociales que sirven de plataforma para promocionar un producto.

Este tipo de negocios se ha venido reflejando especialmente con las pequeñas y medianas empresas, en otros países como en España. Las pymes que exportan sus productos en algunas ocasiones se acoplan con empresas que cuentan con experiencia en el área logística como con DHL España para brindarle las facilidades de exportar. Pero no solamente empresas del área logística sino que empresas como Amazon España que es un mercado digital le brinda soluciones a las pymes en España generando un crecimiento en la economía española.

Asimismo las empresas se unen para lanzar al mercado una promoción, o un producto nuevo generándoles ganancias a los dos. Además hay plataformas de e-

commerce en las cuáles se encuentran varias empresas y cuando se realiza una compra en el comercio se obtiene puntos virtuales para luego poder canjearlos en los comercios correspondientes, como sucede con “TAPP” que hay negocios como AMPM, Taco Bell o Cosí. Estas son alianzas empresariales que para el presente y futuro se van a ocupar.

El comercio electrónico B2C, este es el comercio que es más reconocido y utilizado, es el Business to Consumer (Negocio a Consumidor), Es aquel que se lleva a cabo entre el negocio o, en este caso tienda virtual y una persona interesada en comprar un producto o adquirir un servicio (Lane, 2014, s. p.).

En el comercio electrónico tradicional existen tiendas virtuales a las que los clientes acceden para adquirir productos de su interés. Además, las tiendas son seguras para el ingreso de datos personales y de las tarjetas de crédito. Actualmente, existe bastante demanda para este mercado, a pesar de ser nuevo este sistema, es más accesible para los consumidores pues ahorra tiempo y recursos.

Este es el nuevo modelo de comercio que se está estableciendo en el mundo actual brindándole todas las facilidades al consumidor como al proveedor, este tipo de negocio permite vender productos tangibles. En ocasiones los productos vendidos son automóviles utilizados que ingresan los datos a páginas como CRAutos.com o puede ser un producto como videojuegos virtuales como sucede con el Play Station 4.

Este tipo de comercio permite al consumidor buscar por un producto deseado, encontrarlo y no tener que movilizarse (en algunos casos) hasta el sitio del vendedor sino que le desplazan el producto hasta el lugar indicado. Pero tiene algunas deficiencias, como que no hay una estabilidad para defender al consumidor en caso de no obtener el producto, ciertas empresa como el caso de Amazon por políticas propias de ellos les dan garantía a ambos sin embargo en otras empresas no se hacen cargo de los problemas generando incertidumbre sobre este tipo de aplicaciones.

Una de las principales consecuencias sobre este tipo es la ciberseguridad, principalmente los bancos han sufrido ataques provocando que a los usuarios les sustraigan su dinero pero los bancos a diferencia de Amazon, los bancos no se hacen responsables por este tipo de ataques y si a los clientes los despojan de su dinero los

bancos no devuelven nada a los clientes a pesar de haber sido culpa de los bancos. Es importante establecer instituciones y leyes que brinden la protección necesaria a los clientes así como a los proveedores.

Comercio Electrónico B2E: Business to employee (Negocio a Empleado), son las ofertas que la propia empresa puede ofrecer a sus empleados directamente desde su tienda *online* o portal de Internet, con ofertas atractivas que servirán de impulso para una mejora en el desempeño laboral (Lane, 2014, s. p.).

En ocasiones, las empresas dan prioridad a sus empleados para que estos tengan un gran desempeño y, para esto, les brindan acceso a ofertas, como productos nuevos con precio especial o si el empleado desea adquirir un producto la empresa le aplica un descuento. Esto se hace para que los empleados sean leales a la compañía, además de motivarlos para que tengan un gran desempeño en sus labores.

Para motivar a los colaboradores es necesario brindarles recursos como incentivos para motivarlos, hay empresas que realizan convenios con universidades para que los colaboradores mejoren en su educación, o bien puede ser que una empresa se dedique a vender productos como Ebay y si los colaboradores trabajan de buena forma se verán compensados.

En ocasiones las empresas incentivan a los empleados con productos tangibles como automóviles o descuentos en restaurantes, estos incentivos por lo general lo ofrecen los centros de llamadas o empresas que ofrecen servicios. Estos incentivos o premios se deberían de brindar en todas las áreas sin embargo en casos solamente se ofrecen para áreas que son más difíciles como el servicio al cliente.

“Comercio electrónico C2C Consumer to Consumer (Consumidor a Consumidor). Él consumidor final le adquiere al consumidor primario los productos que él ya no quiere o necesita y a los que les podrá dar una nueva utilidad a precios muy accesibles” (Lane, 2014, s. p.).

En esta categoría cuando un cliente primario tiene un producto, pero no lo ocupa, se puede vender. Esto sucede cuando se desea cambiar de vehículo, como automóviles y motocicletas. Cuando se da este tipo de comercio se coloca la

información del producto que desea vender en distintas plataformas o páginas webs, como crautos, o mercado libre.

Para el consumidor que desea comprar un producto este tipo es muy favorable porque los productos se pueden conseguir en un precio menor que ir a una tienda, sin embargo corre el riesgo que el producto venga dañado o con alguna deficiencia. En la plataforma de Amazon se encuentra esta categoría sin embargo le ha generado problemas porque en ocasiones los usuarios solicitan un producto de China pero no llega al cliente provocando la molestia del clientes con la empresa Amazon sin darse cuenta que se trata de un vendedor externo.

Con este comercio C2C puede ser vendedores que se encuentren dentro del país o puede ser internacional, teniendo sus posibles consecuencias esto, por la logística, además de que puede robar el dinero y no recibir castigos. Además los comerciantes pueden negociar de hacer un intercambio de productos en vez de pagar con efectivo. En las redes sociales principalmente en Facebook se han creado páginas con el fin de negociar productos como el intercambio de instrumentos musicales, pero para medidas de seguridad se trabajan con grupos cerrados con ciudadanos del mismo país en las redes sociales.

Comercio electrónico G2C government to consumer (gobierno a consumidor), cuando un gobierno municipal, estatal o federal permite que los ciudadanos realicen sus trámites en línea a través de un portal y se realiza el conocido comercio government to consumer (gobierno a consumidor) y considera un tipo de comercio ya que se paga un trámite y se puede acceder a la información en línea en cualquier momento (Lane, 2014, s. p.).

En Costa Rica esto sucede con las municipalidades, las cuales permiten que se paguen los tributos correspondientes por medio de sus páginas por Internet. De igual manera, esto sucede con el Ministerio de Hacienda, que permite a los usuarios ahorrar tiempo y dinero, además, es fácil de utilizar. Sin embargo, el Ministerio de Hacienda de Costa Rica ha tenido problemas con la factura electrónica y las estafas, los delincuentes duplican la página, llaman a los empresarios o se hacen pasar por funcionarios del ministerio, todo con el propósito de robar dinero.

Asimismo hay empresas públicas en Costa Rica como Kolbi, que permite

verificar cuando debe de realizar su pago, su monto entre otras funciones como juegos. Además se han creado alianzas para que los ciudadanos paguen sus tributos correspondientes por medio de entidades bancarias por medio de las páginas o plataformas de estas entidades bancarias, ahorrándole al usuario el tiempo que utilizaría en ir hasta las municipalidades así como recursos económicos de medios de transporte.

En muchos Estados los servicios que brinda el gobierno así como el pago de tributos correspondientes son de forma segura y responsable porque reconocen la importancia de la tecnología en los tiempos actuales, sin embargo en Costa Rica estos trámites se encuentran en camino a los servicios tecnológicos.

Las compañías que se dedicarán al comercio electrónico deben tomar en cuenta las siguientes características para que el negocio prospere y funcione: debe contar con gestión de catálogos, lo ideal es que incluya productos tanto de importación como de exportación por lotes, para administrar los precios de los productos fácilmente.

Para que se dé un e-commerce no precisamente debe ser con un producto tangible los servicios como clases se encuentran en las plataformas, pero los servicios legales de los abogados van a tener que empezar a brindar este tipo de servicios, por eso se debe de comenzar a brindar cursos de informática jurídica porque los abogados dentro de unos años sus funciones van a digitalizarse y a cambiar.

Cualquier plataforma digital deberá contar con catálogos digitales sobre los productos que se ofrecerán, en caso de que participen productores externos en la plataforma, los empresarios deberán colocar su mercancía en venta y ser muy específicos. En algunas plataformas cobrarán por la publicación de ese producto, pero hay otras que no cobran a menos que se desee tener mayor atención por parte de los clientes.

Asimismo, debe poseer herramientas de mercadeo y promoción, no invertir en este ámbito puede causar pérdidas, pues las posibilidades de atraer clientes son menores. Además de poseer innovación e creatividad para la atracción de los clientes, las Cámaras que son socios aliados de los exportadores deben brindar capacitaciones

para la implementación de las tecnologías en los comercios conjuntamente con el Gobierno.

El mercadeo se requiere para obtener mayor volumen de consumidores. En muchos casos, las empresas, sobre todo las pymes, si no hacen mercadeo no tendrán consumidores, por lo que enfrentarán pérdidas económicas tanto para las empresas como para el país. Las empresas deben aprovechar que en la cuarta revolución industrial la tecnología y las redes sociales son especiales para promocionar, tanto al negocio como los productos.

En cuanto a los módulos de envíos y entregas, lo que hacen las empresas en la actualidad es que negocian con las compañías de envíos en el país en el que se encuentren. Por ejemplo, Amazon en España trabaja con 4 empresas que se encargan de repartir mercadería, como Correos. Incluso cuenta con envíos internacionales, se cobra el envío, pero incluso así las personas lo prefieren.

Es inevitable que en la IV Revolución Industrial todavía existan negocios que no acepten algún tipo de tarjeta de crédito o débito, lo cual es una limitante. Otra limitante es que cuando se realiza una orden hay tiempo de espera, lo cual se puede atrasar, además, las empresas que se encuentran en el proceso del comercio electrónico deben contar con personal que movilice los pedidos o negociar con empresas, como Correos.

Respecto a los módulos de pago, es importante que las compañías tengan relaciones comerciales con los bancos, pues deben ser flexibles, además deben facilitarle al cliente varios métodos de pago. Porque al ser las plataformas inflexibles con métodos de pagos va a limitar el acceso a mayor clientes.

El método de pago debe ser un proceso sencillo, en el que se pueda elegir la forma en la cual se desea realizar un pago, es decir, efectivo o tarjeta. El mismo sistema puede verificar con exactitud que la tarjeta se pueda utilizar, incluso para realizar compras en el ámbito internacional. A los consumidores se les deberá dar una garantía por los productos solicitados, en caso de no recibir el producto, la empresa deberá hacerse a cargo de la situación, asimismo, con los productores.

Las plataformas o las páginas deben ser amigables, para que puedan visitarlas

la mayor cantidad de clientes. Una de las grandes críticas al comercio electrónico es que no tienen forma de buscar productos y, por ejemplo, los adultos mayores a los que les gusta investigar, además de ver y comprar, se quejan y dejan malas reseñas para la aplicación.

El comercio electrónico se trata de que los consumidores consigan sus productos de una forma más eficaz, sencilla, ahorren dinero y, por otra parte, el comerciante logre obtener mayores volúmenes de ventas. Por ello se deben de capacitar a las pequeñas y medianas empresas en e-commerce, además que se debe de incentivar a los costarricenses a crear Startups, siendo la tecnología un método para lograr salir adelante de la crisis económica.

Todos los anteriores son detalles que pueden hacer que un negocio crezca o desaparezca. Si las compañías son inflexibles con los clientes no obtendrán atención, ni ventas, lo que propiciará su fracaso. Si una plataforma de comercio electrónico trabaja con la marca de una tarjeta, pero no acepta todos los tipos de tarjetas, el consumidor buscará el mismo en otra plataforma, lo cual generará pérdidas económicas.

Las aplicaciones del *e-commerce* deben ser amigables, sin embargo, en muchas ocasiones es tan difícil, que el cliente prefiere ir a la tienda física, esto produce que el comercio no crezca. Así como algunas veces las personas por su edad se les complica el ambiente tecnológico u simplemente no confían en estas aplicaciones por lo prefieren ir a las tiendas físicas, pero hay aplicaciones como la de Cinemark en donde es muy sencillo conseguir los boletos y luego llegar a ver solamente la película sin tener que esperar.

Para Monge y Céspedes, existen tres factores en los cuales se debe trabajar con las pymes:

A) Brindar la información necesaria para que las pymes comprendan la importancia de alcanzar un Grado de Preparación Académica Electrónica (GPE). B) promover la capacitación de las pymes en materia de TIC'S, por medio de programas que ellas mismas paguen. C) Identificar a los suplidores y clientes claves del sector pymes de Costa Rica, en especial grandes empresas o instituciones públicas con potencial para alcanzar altos GPE y promover que estas ayuden presionando a las pymes para que adopten actividades que les

lleven a alcanzar un GPE mayor al actual (2002, s. p.).

Si las pymes entran en el mercado de Tecnologías, las cantidades de producto que venderían serían muy elevadas, además, beneficiaría al Estado en la recaudación de impuestos. Asimismo, hay que reconocer que la nueva era digital trae consigo la facilidad para el usuario de adquirir productos desde la casa y recibirlos en su casa u oficina, sin tener que gastar tiempo en ir a la tienda. Esto es positivo porque se puede comerciar de una manera más ágil y sencilla. Por esto, el Gobierno de la República debería invertir en crear capacitaciones o cursos para las pymes.

Entre las aplicaciones más conocidas en el ámbito mundial del comercio electrónico están, Uber Eats, Amazon, Wish o Spotify. Además, los restaurantes de comidas rápidas se encuentran en el proceso de crear sus propias aplicaciones o entre varias empresas se unen para la creación de aplicativos en los que cada vez que se visitan estos comercios y se realiza una compra, se acumulan puntos.

En distintos Estados se han creado programas para incentivar a los empresarios que realicen alianzas estratégicas para que puedan exportar sus productos que no solamente se enfoquen en realizar ventas dentro del Estado en el que se encuentran, como Chile o España. Generando mayores ingresos económicos, así como alianzas estratégicas importantes entre empresas grandes como DHL e pequeñas y medianas empresas beneficiando a los productores locales, así como a la economía de cada país.

Hay empresas digitales que brindan servicios completos para que cualquier ciudadano de cualquier parte del mundo pueda tener su propia plataforma de e-commerce, empresas como Go Daddy! O la misma Next University brindándoles facilidad a los usuarios estas mismas empresas digitales da el mantenimiento correspondiente para que funcione correctamente. Además estas empresas venden dominios para la creación de páginas webs, de la misma manera tienen servicios para colocar a la empresa entre los primeros en el buscador de google.

El e-commerce siendo la tendencia mundial conjuntamente con los avances tecnológicos, entre sus características se encuentra que debe ser accesible sin embargo

en Costa Rica y otros Estados no es tan accesible para los ciudadanos, por falta de conocimiento pero además por las clases económicas sociales provoca que no tenga mucha utilización. Se debería tener mayor conocimiento e expertos en el área para provocar que se comience a implementar en el e-commerce, en Costa Rica y brindar carreras técnicas para producir mayores profesionales tecnológicos.

En el caso de Costa Rica se deben de brindar nuevas herramientas para incentivar al consumo en estas plataformas, así como crear una plataforma para los pequeños y medianos empresarios exclusivamente locales para que puedan vender sus productos, a los jóvenes desde el colegio se les debe de implementar sobre cómo tratar con estas herramientas brindarles conocimiento, ya que las carreras actuales se encuentran con bastante competencia esto va a solucionar la escases de empleos. Y brindar capacitaciones sobre cómo ser un empresario exitoso no solamente esperar a que vengan grandes empresas a darle solución al problema del desempleo.

2.2 Evolución del E-Commerce

El E-commerce se encuentra relacionado con las importancias y exportaciones afectando directamente el Producto Interno Bruto (PIB) de los Estados, reflejando aspectos positivos dentro de las economías de los Estados como Chile, Estados Unidos. Ambos que son Estados que producen gran cantidad de exportaciones generando ganancias para los productores así como para los Estados.

Aunque la evolución del comercio electrónico es compleja, algunos hechos del pasado han marcado este proceso para que con ayuda de la tecnología actual se mezclen y se obtenga lo que hoy se conoce como el *e-commerce*. Se encuentran hechos históricos de gran importancia como la creación de Amazon, EBay entre otras empresas. Marcando con hechos tangibles a la comunidad internacional.

Otro de los factores que son de suma importancia son los organismos internacionales pues en ellos, se logra dialogar sobre los aspectos que están sucediendo en el mundo, actualidad, además de que funcionan para negociar sobre sus productos y servicios. Con la Cuarta revolución Industrial en el presente los organismos internacionales han tenido que dar perspectivas de hacia donde se dirige el mundo actual.

Con la creación del e-commerce los organismos internacionales han tenido que invertir recursos en la digitalización así como en capacitar a su personal, porque al tratarse de globalización ha obligado a que las plataformas deban de regularse además de la promoción de empresas de e-commerce y como el mundo se puede ver beneficiado con esto.

El progreso del comercio electrónico en el sistema internacional ha sido confuso porque, a pesar de que hay empresas que generan millones de dólares al día con estas aplicaciones, existen Organismos Internacionales que todavía se encuentran en proceso de regular estos mercados, lo que produce dudas en los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Sin embargo se ha empezado a implementar en las últimas reuniones temas sobre la regulación del e-commerce, y como los países deben de comenzar a optar por la utilización de este mercado.

Se puede afirmar que, después del año 2005, la tecnología experimenta un auge en el que todos los días siempre aparecen avances tecnológicos. El comercio electrónico se ha complementado con la demanda mundial, lo que ayuda a que las empresas mejoren sus ventas y que los usuarios de las aplicaciones o puedan adquirir sus productos preferidos de forma ágil, rápida y segura.

Actualmente, el mundo se encuentra en una transición de lo físico a lo tecnológico, a esta etapa se denomina la Cuarta Revolución Industrial, marcada por la implementación de tecnologías en diferentes ámbitos, como educación, comercio, servicios tecnológicos, salud, etc. Costa Rica no puede permanecer en sistemas ambiguos, la comunidad internacional promueve las nuevas tecnologías como herramientas tecnológicas y se deben aprovechar.

Según Schwab, la cuarta revolución industrial: “Se caracteriza por una gama de nuevas tecnologías que están fusionando los mundos físico, digital y biológico, impactando todas las disciplinas, economías e industrias e incluso desafiando las ideas sobre lo que significa ser humano (2016, s. p.).

Es un conjunto de elementos que va a afectar positivamente a otro conjunto de secciones, por esto, todos los estados deben invertir recursos económicos en infraestructura, equipos modernos de computación, educación y otros aspectos. Países

desarrollados, como Estados Unidos, Alemania, Japón y China, ofrecen becas completas para que los estudiantes vayan a desarrollar nuevas tecnologías y que después regresen a su país y las apliquen.

Amazon es la empresa pionera en e-commerce a pesar de que han surgido otras empresas como EBay o Rakuten que no han tenido un volumen como lo genera Amazon, innovando de diferentes aspectos como el hecho de que en otros países como España cuentan con un supermercado virtual que es exclusivo de Amazon además de crearse convenios con instituciones de logrando posicionarse en los Estados en los que trabaja con las empresas de logística como el caso de Correos en España.

Para Flores 2017,

“Al finalizar el año pasado, 89 negocios ya comercializaban sus productos de manera digital en las plataformas de Amazon, iGourmet y Alibaba, mientras que para el 2015, solo 11 empresas nacionales habían incursionado en el comercio electrónico.” (Flores, (2017).

El E-Commerce en Costa Rica ha ido creciendo a través del tiempo, sin embargo se ha movilizadado en una transición muy despacio, algunos empresarios poseen temor de incursionar en el E-Commerce, pero como bien lo explicó Flores, ha ido en aumento. Es que es un mercado nuevo, es fresco y cuenta con una cantidad de consumidores exorbitante, produciendo que empresas como Amazon o Ebay generen billones de dólares.

Entre los principales productos que se adquieren en el E-Commerce se encuentran ropa, perfumería, productos tecnológicos, libros y cursos en línea. Teniendo en cuenta de que actualmente se puede adquirir cualquier producto por medio de plataformas. Se estima que las principales áreas de trabajo que se verán mayormente beneficiadas serán las áreas de logística, comercio y economía, esto por qué son áreas directamente relaciones con el E-Commerce.

Sin embargo Costa Rica sigue en crecimiento en el área de las tecnologías, produciendo que empresas tecnológicas extranjeras inviertan en el país, porque ellos saben de los recursos humanos con los que cuenta Costa Rica, que por lo general los

colaboradores saben de idiomas, tecnología además de que estudian carreras afines, volviendo a Costa Rica en un mercado atractivo para que los empresarios extranjeros inviertan.

Con la globalización se han empezado a implementar políticas de otros Estados como el “Cyber Monday” o “el viernes negro” que con la evolución que han tenido estas plataformas de e-commerce, han hecho que las compañías deban de optar por renovar sus políticas comerciales, en el pasado era complicado que las grandes compañías brindarían algún tipo de descuento pero con la aparición de estas nuevas modalidades han incidido para que además de ofrecer promociones deban de incursionar en la modalidad digital las empresas por medio de redes sociales o plataformas de e-commerce.

2.3 Startups características y diferencias con el E-Commerce.

Una Startups no es una pyme tienen sus diferencias pero tampoco es una plataforma de e-commerce, es una empresa digital que una de sus principales funciones es la de crecer rápidamente, pero también comparte ciertas características con las empresas de e-commerce como la de la innovación. Israel es un Estado potencia de creación de Startups por estos motivos se eligió porque además de que tienen Startups que en su momento serán muy relevantes, hay otras que van a afectar a la comunidad internacional que serán relacionadas con la globalización.

Las Startups vienen a revolucionar el mercado de empresas, de una forma sencilla que además busca la manera de crecer rápidamente, las Startups son importantes para la comunidad internacional por varias razones pero entre las principales es que hay Startups que buscan mejorar el medio ambiente, o cómo lograr agua potable siendo un recurso que peligra con acabarse. Es modelo de negocio no es como el e-commerce pero si son negocios que van a solventar la ayuda a la comunidad internacional.

Según Lane una Startups es;

“Es una organización humana con gran capacidad de cambio, que desarrolla productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el

mercado, donde su diseño o comercialización están orientados al cliente. Esta estructura suele operar con costos mínimos, pero obtiene ganancias que crecen exponencialmente.” (Lane, 2014)

Las empresas de Startups no requieren de tanta inversión económica como una empresa de e-commerce, sin embargo las ganancias que puede generar serán mayores a la inversión. Estas empresas no son grandes pero le ofrecen al cliente lo que el cliente desea o lo que el mercado requiere en ese momento.

Las Startups no son empresas con el fin de vender un producto, estas son empresas que desarrollan ideas que pretenden dar soluciones a los problemas internacionales, como los problemas con el medio ambiente los cuáles ya son temas de discusiones internacionales, en Costa Rica ya se han creado Startups que pretenden crear campañas de concientización sobre cuidar el medio ambiente porque las consecuencias de no cuidarlo va a generar catástrofes.

Las Startups contienen 4 características que son fundamentales para que se desarrollen a cabalidad, generando nuevas tendencias mundiales en la digitalización. Estas características son; compañía joven y cercana al cliente, innovadora y multidisciplinar, capacidad de crecimiento así como la experimentación. (Muñoz, 2015)

Las Startups son compañías que reúne a personas jóvenes que desean desarrollar ideas innovadoras, además de que no pretenden aferrarse a un cliente sino que al no invertir mucho dinero y ser tan flexibles permiten abarcar varios clientes. Las Startups son cercanas a los clientes por la financiación que le este le puede brindar a la Startup, porque las Startup solamente o pueden evolucionar o desaparecer.

Para Muñoz 2015;

“La Startup encuentra en un período de tiempo razonable una solución aceptada por el cliente (y consigue financiarse); o agotará sus recursos (y desaparecerá. Para una Startup solo hay dos opciones: evolución o desaparición.) (Muñoz, 2015).

Las Startups deben de ser un proyecto que genere interés para que los clientes

brinden la financiación, en un período de tiempo que no puede ser muy extenso porque si no la Startup no será independiente además de que los clientes dejarán de brindar la financiación. Se debe de hacer todos los esfuerzos para que la Startup logre desarrollarse y mantenerse por sí sola aunque en algunos casos desaparecerá.

En su gran mayoría las Startups vienen a dar soluciones al mundo en aspectos que se necesite a diferencia del e-commerce que se venden productos tangibles, servicios y productos digitales. Por lo general las Startups funcionan para dar soluciones a grandes problemas así como con el cambio climático, que buscan brindar soluciones e incentivar a la población, así como hay Startups que trabajan sobre la realidad virtual, crean conectores a un mecanismo simple de uso y que se pueda conectar a diferentes artículos tecnológicos.

Al igual que el e-commerce deben de ser innovadores para la atracción de público, en Costa Rica se han creado unas Startups como “Ecolones” sin embargo en el Estado de mayor creación de Startups es en Israel. En Costa Rica hay una Startup con Capital Israelí que se llama MUV Interactive y trata sobre la digitalización por medio de un anillo, además de la creación de una nube llamada BIRD. Simplificando el acceso a la tecnología.

Para Muñoz 2015;

“Los perfiles diferentes enriquecen las discusiones, y muchas veces, la innovación proviene de sectores distintos a los que nos estamos enfocando.” (Muñoz, 2015).

El contar con diferentes pensamientos de diferentes ámbitos provoca que se logre obtener un resultado mejor, por lo general los creadores de Startups son de carreras como Ingeniero Civil, Ingenieros industriales, Comerciantes, abogados entre otras. Logrando mezclar todas las ideas y obteniendo un producto (Startup) muy provechoso, además de que se logra desarrollar la habilidad de liderazgo, así como la habilidad en equipo, reconociendo que en algunas ideas todos van a ceder pero en otras no.

El tener perfiles de distintos sectores va a brindarle mayor fortaleza a las Startups, porque todos van a desear ingresar herramientas útiles en lo que son

especialistas, además van a identificar posibles clientes, problemas e soluciones que esa sería la Startup. Así como va a generar atracción de potenciales clientes para que la Startup se mantenga hasta el punto de la evolución o de la desaparición.

Con el hecho de que la Startup cuente con distintos perfiles profesionales va a crear innovación, accesibilidad y esta al ser el producto del ingenio de todos va a generar que todos los profesionales involucrados trabajen extra para que no desaparezca sino que por el contrario se mantenga, evoluciones y que logre una estabilidad económica independiente. Asimismo incentiva a que los profesionales se conviertan en empresarios, con la facilidad de que las Startups son flexibles, pero además crea la habilidad de la comunicación, compromiso y de la responsabilidad.

Según Muñoz 2015;

“La capacidad de crecimiento se da en el momento que se encuentra una solución adecuada y se trabaja en la repetición de la compra, una Startup tiene una altísima capacidad de crecimiento al poder replicar su modelo de negocio en distintos mercados.” (Muñoz, 2015).

Con el hecho de que las Startups cuenten con poca inversión económica no significa que por esto va a fracasar o a evolucionar, por lo general siempre se pretende que las Startups evolucionen a su apogeo que logren mantenerse activas pero independientes, sin la necesidad de que los clientes tengan que intervenir con mucho dinero. Por eso siempre buscan su capacidad de crecimiento las Startups.

Una Startup tiene gran posibilidad de lograr surgir sin embargo debe de tener combinación de todos los elementos que se han mencionado como innovación, tener diferentes visiones profesionales, el trabajo en equipo y analizar como esa Startup puede ser una solución que genere atracción, como con el tema del agua.

Las Startups y el e-commerce al ser de las nuevas herramientas digitales provocan que la atracción de clientes les sea más accesible, La Startup tiene la ventaja que no se especifica en un solo cliente o en la venta de un producto tangible sin embargo cuenta con las desventaja que si no se logra desarrollar a cabalidad esta desaparecerá. Además otra ventaja con la que cuentan las Startups es que buscan soluciones y que pueden ser a nivel internacional o nacional.

Se deben de regular estas micro empresas, que generan aspectos e habilidades positivas como la de ser emprendedor, responsable, innovador pero además genera empleo aunque son pequeñas empresas igual generan empleo sin embargo es importante que estas se regulen y además que deben de pagar sus impuestos correspondientes, porque aunque son mini empresas todos pagan sus impuestos al igual que las pequeñas y medianas empresas.

La principal diferencia entre las Startups y el e-commerce, es que la primera no pretende la venta de un producto tangible o un producto deseado, sino que buscan dar mayores soluciones a diferentes problemas a diferencia del e-commerce que puede abarcar desde un producto físico, digital o hasta ser un mercado tecnológico que brinda las facilidades tanto para los proveedores como para los consumidores.

Para Laray 2014;

“No potencial usuario ni potencial cliente. Una Startup define a su público objetivo a través de la experimentación, del ensayo y error, lo que permite re-adaptar su producto a un perfil de usuario de necesidades muy concretas. Son al mismo tiempo usuarios y clientes. Usuario porque usa, cliente porque (en teoría) paga.” (Laray, 2014)

Las Startups disponen de la flexibilidad que buscan clientes potenciales, en caso de fallar puede seguir creando otras ideas, a diferencia del e-commerce que busca clientes estables que consuman los productos ofrecidos. Otra de las ventajas de las Startups es que no se requiere de un capital económico poderoso, sino que con una pequeña inversión se puede crear.

Además las Startups buscan clientes de una forma distinta al e-commerce, por lo general el e-commerce requiere de la venta de productos físicos o digitales que atraigan a clientes, sin embargo la flexibilidad y la experimentación con la que cuenta las Startups les permite generar soluciones a problemas de una forma tangible.

Siendo las Startups tan importantes en la actualidad es necesario incentivar e motivar a los jóvenes desde las escuelas para que comiencen a implementar estas acciones digitales empresariales, y con esto se va a lograr reducir el desempleo, además de la pobreza se obtendrán más empleos directos. Costa Rica cuenta con una

ventaja que es que se vuelve atractivo por el recurso humano con el cuenta porque se brindan idiomas, programas tecnológicos que provocan que las empresas internacionales deseen colocar instalaciones dentro del país.

Tanto las Startups como el e-commerce tienen el objetivo de profundizar en grandes masas, así como brindar oportunidades, por eso no solamente trabajan con pequeñas y medianas empresas sino que a las mujeres que son emprendedoras les brinda herramientas para sus negocios, como capacitaciones para que realicen sus negocios de forma virtual, en ciertos Estados y algunas empresas se les motiva a las mujeres para que logren sus objetivos.

El tiempo actual dirige a los Estados a buscar los medios necesarios para la digitalización, los gobiernos deben de realizar los trabajos correspondientes para que todas los ciudadanos cuenten con el acceso a los medios digitales, de esta forma cuando en Costa Rica se logre implementar o logré incursionar en el e-commerce e Startups la economía se reestablecerá, estas técnicas virtuales deben de generar confianza en los usuarios y los proveedores.

Las Startups no se encuentran en el rango de pymes, sin embargo si son micro empresas, algunas veces se tiende a confundir entre Startups y e-commerce, pero como ha quedado claro no son competencia pero tampoco son compatibles, una de las principales diferencias son los tipos de mercados que buscan cada una de ellas. Así como los productos o las soluciones que puedan brindar al mundo. Con la digitalización ya dentro del mundo moderno hay que empezar a cambiar todo el sistema de físico a digital, con las herramientas que cuenta Costa Rica como el Ministerio de Ciencia y Tecnología, Promotora de Comercio Exterior, El Instituto Nacional de Aprendizaje y el Tecnológico de Costa Rica.

Costa Rica cuenta con diferentes recursos tecnológicos siendo de suma importancia para la creación de tecnologías, así como con instituciones como el Ministerio de Ciencia y Tecnología, Promotora de Comercio Exterior, El Instituto Nacional de Aprendizaje y el Tecnológico de Costa Rica, Instituto Costarricense de Electricidad entre otros. Sin embargo carece de programas de incentivar a crear su propia Startup o el crear una aplicación estilo Amazon pero con productores

únicamente de Costa Rica.

Hay aplicaciones como el caso de “Waze” que le indica al conductor sobre los comercios sin embargo para esto, los establecimientos deben de pagar una cuota a la empresa por la publicidad, así como sucede en las redes sociales que se puede promocionar productos artesanales o normales por medio de redes sociales, buscando la atracción de mayores clientes. En Facebook se encuentra una opción para la publicidad de productos tangibles o servicios como clases de español, y Facebook da la opción de que a cuantas personas desean que llegue el anuncio publicitario, además de que cuenta con varios paquetes.

El caso de “Wish” que es una plataforma de e-commerce de China utiliza las redes sociales como aliado estratégico invirtiendo gran cantidad de dinero sin embargo su publicidad ha llegado a todo el mundo, y ha logrado generar millones de dólares haciendo competencia con Amazon. Pero además de las redes sociales ha invertido en lugares como YouTube o páginas de anuncios en internet. Otro de los grandes promotores del e-commerce y Startups es Google, que de la misma manera que trabaja Facebook los empresarios virtuales pagan una cantidad de dinero entre más dinero la compañía se va colocar entre los primeros sitios del buscador.

Las empresas deben de comenzar a incentivar, aplicar e utilizar las herramientas tecnológicas que existen, deben de comenzar a implementar el teletrabajo, sin embargo muy pocas empresas lo han implementado, pero se obtienen mayores beneficios tanto para la empresa empleadora como para el colaborador, y si Costa Rica desea incluirse entre los Estados con mayores servicios tecnológicos debe abogar por que esto se empiece a incluir dentro de las políticas empresariales.

Un método de marketing digital que han comenzado a implementar algunas plataformas de e-commerce como Netflix o YouTube es que ofrecen 1 mes gratis en el caso de Netflix para que utilice esta plataforma virtual para observar películas o series gratuitamente luego del mes debe cancelar la suscripción o comenzar a pagar, o en el caso de YouTube que permite ver vídeos gratuitamente pero si descarga la aplicación no se verá publicidad durante un período de tiempo. Teniendo innovación estas aplicaciones es una forma de atracción de clientes, o también si aparece publicidad

que las compañías le pagan a estas empresas, logrando mezclar varios factores como la innovación, marketing digital y el e-commerce.

2.4 E-commerce y Startups como Emprendurismo.

La nueva era digital provoca que más personas deseen iniciar con su propio negocio sin tener que invertir tanto dinero, lo cual ha generado que en otros países los grandes centros comerciales tengan que cerrar sus instalaciones porque los usuarios simplemente prefieren utilizar este tipo de aplicaciones. Las poblaciones han entendido el valor que tiene el e-commerce, así como sus funcionalidades tanto para los vendedores como para los colaboradores, que ha sido una mezcla para ambos esto por el estilo de e-commerce que se brinde.

El e-commerce y las Startups son plataformas digitales que no tienen discriminación, por el contrario incentivan a que los ciudadanos comiencen a crear sus propios negocios, a las mujeres las motivan para que vendan ropa en internet o sus productos siendo una estrategia de marketing para obtener mayores ventas.

Para el e-commerce el motivar a que nuevos individuos ingresen en el mercado del digital es motivante porque muchas jóvenes personas pueden luchar contra la falta de empleo por este medio, sin embargo en Costa Rica esto todavía no ha sucedido por el temor de los ciudadanos al fracaso sin entender que esto puede ser como un experimento laboral. Que funciona como instrumento para la creación de empleos, así como para la reactivación económica, y mostrándose al mundo del potencial con el que cuenta Costa Rica.

En América del Sur se encuentra el Mercosur, en los Estados de América del Norte, Europa y Asia venden productos a través de plataformas tecnológicas poderosas obteniendo réditos exitosos, sin embargo en Costa Rica no se encuentra la forma de motivar a los pequeños y medianos empresarios a que ingresen en estos mercados en los cuáles se podría obtener muchos beneficios.

Otro de los motivos positivos del e-commerce es que cualquier persona puede hacerlo, con tramitación menos complicada sin tener que rentar un local bien ubicado, tampoco se deberá invertir dinero en arreglar el local, lo único que se necesitará

dinero es para la producción del producto deseado y para empresas como Go Daddy que venden plataformas ya diseñadas. Además de tener convenios con los bancos del país para acceder a recibir el dinero, como sucede con la aplicación Uber a pesar de ser una empresa establecido recibiendo grandes sumas de dinero a nivel mundial ha incursionado en el servicio de llevarle la comida de un restaurante a la casa del consumidor sin que este tenga que salir de su hogar u oficina, siendo emprendedores ellos con esta nueva rama que se llama Uber Eats.

Así como hay plataformas o páginas web que ayudan a los músicos como Spotify o YouTube que cualquier grupo puede ser sus materiales musicales a estas plataformas virtuales para que los usuarios tengan acceso a la música dentro del mismo móvil inteligente del cliente, siendo una plataforma que incentiva a los músicos para que ingresen sus producciones musicales en estas. Aunque en Costa Rica al inició muchos músicos costarricenses se oponían a ingresar sus producciones musicales han ido ingresando sus materiales poco a poco. Reconociendo que la realidad ya no son producir discos físicos sino digitales e colocarlos en las plataformas virtuales. Además de que estas plataformas funcionan con todos los géneros musicales.

Asimismo como Emprendurismo ha surgido nuevos métodos de hacer trabajos, como el teletrabajo, que las empresas actuales lo han comenzado a implementar y los gobiernos han solicitado a las empresas que se utilice este instrumento, pero además los “Freelancer writers” que es un trabajo en donde se hacen traducciones a las empresas que lo solicitan y estas depositan el dinero, por lo general hospitales o empresas con mucha demanda laboral provocan que se den este tipo de trabajos en donde ellos graban lo que ocupan, envían la grabación y un colaborador transcribe todo puede ser en el idioma inglés, español que son los principales idiomas que se utilización en las plataformas de Freelancer.

Plataformas como Amazon o Wish han generado gran interés por parte de pobladores particulares que pueden encontrar cualquier producto, lo que genera que deban de hacer una investigación de mercado. Además hay plataformas de e-commerce como la de TD+ que el usuario al comprar el producto va a tener acceso a miles de programas que no salen en televisión siendo exclusivamente de esta

plataforma.

Aunque de igual forma existen puntos en los cuáles hacen dudar al comerciante e comprador, sobre todo con la seguridad que estas plataformas ofrecen porque no muchos confían en estas plataformas, además de que se ha dado mucho fraude virtual hacia los bancos y los usuarios, a veces cuando desean adquirir un productor por un posible fraude los consumidores buscan páginas ya consolidadas, van a obtener el producto a la tienda física o simplemente no lo adquieren el producto por el temor a que reciban un ciber ataque.

Pero el e-commerce además de ayudar a emprender a nuevos comerciantes, ha sido un implemento para que grandes cadenas de empresas exitosas se incluyan en el e-commerce, empresas como equipos deportivos, cines, bancos hasta teatros o centros turísticos como Volcanes en Costa Rica aunque las instituciones correspondientes han sufrido críticas principalmente por adultos mayores que no manejan a cabalidad la tecnología y ellos prefieren que sigan con la venta de boletos en físico generando que se deba utilizar recursos financieros en mantener personal así como en la impresión de los boletos físicos.

En Costa Rica se encuentra en la implementación de la factura electrónica, un bien necesario para la evolución de población costarricense ha sido un tabo para los empresarios costarricenses, lo cual ha producido que nuevas empresas especializadas en temas de facturación electrónica aparezcan generando mayor Emprendurismo a pesar de estar relacionado con el e-commerce pero no es este. El mundo requiere de mayores emprendedores que pierdan el temor de colocar su propia empresa así como el de la digitalización, los organismos internacionales deberían incentivar a sus Estados miembros a que incentivan a sus poblaciones correspondientes para que utilicen la tecnología a favor más no en su contra.

Las Startups son una fuente de Emprendurismo, a un menor rango que el e-commerce pero que sigue introduciendo a nuevos aspirantes a que obtengan su propia Startup, además producirá empleo pero especialmente soluciones mundiales y los directivos de las Startups sabrán que es un experimento en lo cual puede ser exitoso o puede fallar sin tener que invertir tanto dinero, provocando que el Emprendurismo

surja porque se deberá esforzar para que el experimento logre surgir y no desaparezca.

Asimismo hay plataformas de e-commerce para salir de vacaciones en donde se encuentran varias opciones de sitios para visitar como playas, montañas hoteles o restaurantes entre otras opciones, aplicaciones tal como “vamos a turistear” o páginas web como la de destinotv.com que ofrecen múltiples opciones, pero también se encuentra la plataforma de AirBnB que sirve para rentar casas, y estas aplicaciones han provocado que muchos ciudadanos costarricenses se trasladen a un apartamento más pequeño e pongan en renta su hogar siendo emprendedores con la renta de la casa.

Además hay plataformas virtuales e páginas webs que son locales que promocionan las actividades culturales con las que cuenta ese lugar, o sitios nocturnos para que los turistas tanto locales como internacionales vayan a disfrutar de las vacaciones, como govisitcostarica.com o tripadvisor.com que promocionan diferentes actividades culturales en diferentes lugares como Tamarindo que es tan visitado por los turistas. Estas páginas web son importantes porque al turista le brinda una serie de opciones y permite que el turista observe además lugares a donde se puede hospedar.

Tanto las Startups como el e-commerce son fuentes viables para los emprendedores actuales que no solamente se deben de enfocar en la venta de sus productos en el interior del país sino que con estas herramientas se permite acceder al mundo de una nueva forma e de manera más ágil y segura. Los emprendedores se deben de enfocar en la producción de producto porque con estos sistemas las ventas van a crecer exponencialmente generando billones de dólares en la utilización de estas plataformas.

Además estas plataformas funcionan para luchar contra varios de los problemas que enfrenten los Estados, porque generan empleo, pero además brindan unas soluciones a los Estados para que se puedan intercambian sus productos así como la unificación del mundo, además de que tiene beneficios muy provechosos para los consumidores que pueden adquirir prácticamente cualquier producto que desee de cualquier parte del mundo, claro hay artículos que dependiendo de la legislación de cada Estado se encuentran bloqueados o simplemente no trabajan con

algún Estado, por diferentes razones como el sistema político que se esté implementando en ese Estado por ejemplo con Venezuela.

El e-commerce y las Startups también influyen en aspectos sociales, como en la reducción de desempleo

El Emprendurismo se debe de dar en todo el mundo, para los emprendedores se debería hacer un convenio con ellos, o bajarle los impuestos por el hecho de que están empezando o no van a tener un volumen tan alto como las mega empresas, además de brindarles asesorías tanto para ellos, para se empiecen a auto gestionar por sí solos, pero relacionado con las plataformas de e-commerce o Startups.

2.5 Líderes en comercio electrónico (EE. UU., Israel y Chile)

El desarrollo tecnológico es un factor que se encuentra trasladándose a lo largo del mundo, con rapidez en donde todos los días siempre se realizan cambios tecnológicos sean mínimos o cambios grandes magnitudes. Las empresas han tenido que optar por hacer cambios hacia lo tecnológico, por esto buscan Estados que brinden las necesidades requeridas para el desarrollo tecnológico así como un posicionamiento geográfico estratégico para que sea de forma más sencilla el poder exportar. Estados Unidos, Israel y Chile son Estados clave para el crecimiento del e-commerce o de Startups, por eso se representará su respectivo proceso en cada uno.

Además de que estos países poseen el liderazgo que se requiere para implementar Startups u e-commerce dentro del Estado propio, los tres tienen grandes características no solamente virtualmente sino que cuentan con recurso humano capacitado, cada uno con sus problemas internos pero que han logrado incentivar dentro de sus pobladores el bien necesario que genera las actividades virtuales así como han provocado que cada vez surjan mayores profesionales en estas áreas.

Estos tres países, han sido seleccionados para describir la forma en la que realizan comercio electrónico, su historia, empresas y la inversión extranjera directa que generan. En Israel han surgido muchas *start-ups*, de suma importancia para la creación de lo que es hoy el comercio electrónico; Estados Unidos, con sus características geopolíticas, ha logrado desarrollar varias tecnologías; Chile un país

grande que ha sufrido dictaduras, logró avanzar y ser de las potencias en *e-commerce* de Latinoamérica.

Es importante reconocer que la comunidad internacional se encuentra en proceso de implementación de comercio electrónico hay grandes Estados como el caso de China o Japón que son potencias mundiales en digitalización creación de plataformas electrónicas y comercio electrónico. Sin embargo por falta de accesibilidad a los sitios de investigación de estos países además del idioma no se hará referencia en este trabajo. Además los Estados seleccionados pretenden dar una perspectiva del Continente Americano así como de Israel en Asia con la aplicación de Startups.

2.5.1. Estados Unidos

A través del tiempo, siempre ha tenido una participación activa en los diferentes eventos históricos, como las Guerras Mundiales. Sin embargo, no todo es negativo, ya que EE. UU. posee procesos en innovación en tecnología y cuenta con personal especializado en lograr avances tecnológicos importantes, además de que muchas de las empresas más importantes se encuentran en este país, por ejemplo, Amazon, Uber y Apple.

Durante la última década, el proceso del *e-commerce* ha tenido mucho éxito en Estados Unidos, esto ha provocado que las tiendas físicas y centros comerciales tengan que cerrar. El comercio electrónico brinda grandes beneficios y ha hecho que los consumidores estadounidenses compren sus productos en línea, lo que evita que tengan que salir de su casa u oficina.

Según Gutiérrez (2018):

Los consumidores norteamericanos gastaron 453.460 millones de dólares en las compras minoristas *online* en el 2017, un aumento del 16 % en comparación con los 390.990 millones de dólares en 2016. Esa es la tasa de crecimiento más alta desde 2011, cuando las ventas *online* crecieron un 17,5 respecto a 2010 (s. f., s. p.).

Con estas estadísticas, se demuestra la importancia que tiene el *e-commerce* en

este país del norte (Estados Unidos): hace que la economía crezca, lo que propicia el bienestar económico, con esto disminuye el desempleo y la calidad de vida aumenta. Otra causa inmediata es que el país se vuelve atractivo para realizar negocios.

Estados Unidos es de los países que cuenta con un mayor crecimiento tecnológico, cuenta con grandes laboratorios que logran desarrollar nuevas técnicas del *e-commerce*, por esto, promueven ferias tecnológicas, además, las universidades brindan muchas oportunidades, como las becas escolares para que los estudiantes vayan a desarrollar nuevas técnicas y puedan aprender.

Otro aspecto para tomar en cuenta sobre el *e-commerce* en Estados Unidos es que, al ser una potencia mundial, exporta a todas partes del mundo. Solo para el 2016, Estados Unidos logró exportar \$1,32 billones e importó \$2,12 billones y aunque exporta miles de productos, solamente en computadores exportó \$86,5 miles de millones (OEC, s. f.).

Entre los principales mercados a los que exportó Estados Unidos en aquel momento se encuentran China, Japón, Alemania, México y Canadá. Esto quiere decir que EE. UU. Se encargó de exportar a otras potencias mundiales, produciendo mayores ganancias y dándole solidez a su mercado. Además de buscar alianzas comerciales digitales con Estados que cuentan con una economía sólida, esto ha llevado a que Estados Unidos logre reestablecer su economía ya que esta se encontraba en crisis.

Otro aspecto que cabe destacar son las importaciones y exportaciones que produce el *e-commerce*. Las exportaciones tienen un impacto positivo en el Producto Interno Bruto, por esto, la comunidad internacional debe tomar en cuenta que es preferible exportar que importar.

2.5.2 Israel

Israel, es un país muy importante para el comercio electrónico, en este se crearon las *start-ups*. Además, es importante para este trabajo para evidenciar la perspectiva de una región distinta del mundo y de cómo se maneja el *e-commerce* ahí.

Primero, se enfatizará en desarrollar el tema de las *start-ups*, que para Pierce

es:

Una Start up es una organización humana con gran capacidad de cambio, que desarrolla productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el mercado, donde su diseño y comercialización están orientados completamente al cliente. Esta estructura suele operar con costos mínimos, pero obtienen ganancias que crecen exponencialmente, mantiene una comunicación continua y abierta con los clientes y se orienta a la masificación de las ventas (2014, s. p.).

Por lo tanto, las *start-ups* son organizaciones pequeñas, enfocadas en servir a sus clientes en todo lo que soliciten y, aunque con sus servicios fundamentales logran operar con costos mínimos, obtienen mucho dinero. Los servicios son digitales y muchas empresas que tienen un volumen de ventas mediano o alto contratan estos servicios.

Las *start-ups*, son importantes para el E-Commerce, porque las aplicaciones necesitan mantenimiento, además, es necesario renovar promociones constantemente. Para las empresas como Amazon o Google, es imposible que una sola persona realice cambios a gran escala, por esta razón es que se contrata a estas organizaciones.

Al igual que las aplicaciones tecnológicas, las *start-ups* poseen ciertas características para que puedan funcionar de manera óptima:

1) nada de política, 2) no es un trabajo, es una misión, 3) intolerancia a la mediocridad, 4) dinero disponible, 5) equidad, 6) la alineación perfecta, 7) buena comunicación, 8) un fuerte liderazgo, 9) respeto mutuo, 10) cliente, 11) alto nivel de energía, 12) diversión y 13) integridad (Lane, 2016, s. p.).

Estas características son fundamentales para que un negocio funcione, además, propician el compromiso de sus colaboradores con la organización. Otra de las características es la diversión, si los jefes de las empresas mantienen felices a los colaboradores, sabrán que es un beneficio tanto para las empresas clientes como para la misma compañía.

Entre las principales *start-ups* de Israel se encuentra Movableeye, que es un *hardware* y *software* que permite que los automóviles se manejen solos, además, cuenta con un sistema de bocina que indica sobre cuál carril se debe movilizar.

Incluso los automóviles más lujosos como BMW o Mercedes Benz utilizan este sistema (Kerpen, 2018).

Otra de las *start-ups* más importantes de Israel es WaterGen, una tecnología de vanguardia que extrae del aire agua potable limpia y fresca. Esta compañía ha llegado a países como Estados Unidos, Indonesia, entre otros. Por otro lado, Zebra Medical Vision, se especializa en utilizar inteligencia artificial para hacer escaneos médicos y detectar si existe alguna enfermedad o anomalía. Por último, se encuentra la *start-up* Pango, es una aplicación que permite encontrar parqueos y es una plataforma para realizar pagos (Kerpen, 2018).

Este proyecto es de gran importancia pues evita que los clientes deban hacer filas o gastar recursos, al mismo tiempo, permite que varias empresas se afilien a la plataforma para que los usuarios puedan utilizarla de forma sencilla. Se espera que el *e-commerce*, en Israel, logre alcanzar \$2986 billones en el 2018 y que para el 2022 logre obtener una ganancia de \$3890 billones. Con una tasa de crecimiento anual compuesta de 6.8 % (Export.gov, 2018).

Israel ha logrado que su mercado crezca, esto se refleja la inversión extranjera directa. Por ejemplo, Amazon decidió instalarse en este país, pues su posicionamiento en esta nación ofrece grandes beneficios y a un bajo costo. El gobierno de Israel brinda seguridad a sus ciudadanos cuando realizan compras en Internet, a través de una institución pública que se encarga de estudiar los casos de comercio electrónico, en especial cuando se trata de importaciones, para que los ciudadanos puedan adquirir más productos en línea, con el respaldo del Estado.

Las exportaciones e importaciones de Israel, durante el 2016, fueron las siguientes: exportó \$61 miles de millones, mientras que importó \$66,2 Miles de millones, lo que dejó un saldo negativo de \$5,13 de miles de millones. Entre los principales mercados a los que exportó están: Estados Unidos, Hong Kong, China, Palestina y la India. Los orígenes de sus importaciones son de Estados Unidos, China, Bélgica-Luxemburgo, Suiza y Alemania (OEC, s. f.).

2.5.3 Chile

Chile es de los países latinoamericanos que cuenta con mayor desarrollo, ha hecho del e-commerce una cultura dentro de su población garantizando un desarrollo tecnológico, así como un amplio mercado internacional con opciones de obtener una economía más estable, involucrada dentro de la cuarta revolución industrial. Como Chile realiza gran cantidad de exportaciones genera que el e-commerce sea más sencillo, así como para los empresarios chilenos les sea más sencillo el poder exportar.

Chile cuenta con una de las economías más estables, desarrolladas e innovadoras. Además, sus avances tecnológicos han hecho que el *e-commerce* se consolide en este territorio, con grandes beneficios para la nación. En el ámbito tecnológico, el país chileno supera a otras naciones, como Colombia, Perú, México y Costa Rica, gracias a la inversión extranjera directa.

El crecimiento del *e-commerce* en Chile representa el 1,4 % del PIB del país, lo que refleja que este tipo de comercio se ha duplicado en los últimos cinco años. En comparación con el resto de Latinoamérica, Chile se ubica en el tercer lugar de compras en línea con un 35 %, superado por Argentina con un 39 % y Brasil con un 37 % (Orellana, 2018).

Chile tiene cuenta con rutas de mercado en prácticamente todo el mundo, es uno de los países con más exportaciones, además, tiene varios puertos importantes, lo que hace que se vuelva un país atractivo para las empresas que buscan entrar en este mercado.

La nación chilena no siempre ha contado con este apoyo tecnológico, antes del 2000 no contaba con proyectos sobre Internet. En la actualidad, el gobierno chileno realiza esfuerzos para que toda su población logre tener un Internet de 5G.

Para Gómez: “Estamos viviendo en la denominada Cuarta Revolución Industrial, donde los avances tecnológicos están siendo planificados, diseñados, desarrollados e implementados con mucha rapidez, permitiendo el crecimiento exponencial” (2018, s. p.).

Después de los desastres políticos y tecnológicos que Chile ha sufrido, han salido de las crisis y, en el presente, son un país ejemplar en tecnología.

Muchas empresas chilenas trabajan de ambas formas, tienen 1 tienda física y digital, para que el cliente se sienta a gusto. Entre las principales plataformas que utilizan las compañías chilenas que trabajan digitalmente se encuentra WooCommerce, un complemento para venta en línea en sitios desarrollados en WordPress. Existen desarrolladores que manejan muy bien esta plataforma, lo que hace que existan numerosas plantillas de diseños disponibles y empresas que prestan el servicio. Además, soporta productos ilimitados, su principal defecto es que requiere conocimientos informáticos para quien la configura (González, 2018).

Además, existe Bsale, una plataforma de *e-commerce* creada y adaptada para Chile, que permite vender creando una página *web* con sus planillas. El sistema está alojado en la nube, por lo que no se necesita servidores. Es rápida y sencilla de usar, lo cual hace que cualquier emprendedor que no tiene conocimientos informáticos pueda habilitar su tienda en línea. El problema es que tiene plantillas de diseño limitadas y no tiene cuenta *plugins* que extiendan sus funcionalidades (González, 2018).

Shopify, es otra plataforma de comercio electrónico de instalación fácil y amigable con el usuario. Está en la nube, por lo cual no necesitas un servidor. La plataforma está pensada para el mercado estadounidense, pero existen varios *plugins* que permiten vender en Chile. El principal defecto es que hay pocas empresas que prestan soporte en la nación chilena, lo cual es fundamental, además, cobra un porcentaje de comisión de venta (González, 2018).

Por último, se encuentra la plataforma PrestaShop, es gratuita y tiene muchas plantillas de diseño disponibles, además, posee distintos módulos para facilitar las transacciones de *e-commerce*. Sin embargo, necesita de conocimientos en informática para configurar la tienda en línea (González, 2018).

Las exportaciones de Chile, para el 2016, fueron de \$62,1 miles de millones y, a la vez, en el mismo año Chile importó \$57,5 miles de millones, lo que da un saldo positivo de \$4,64 miles de millones. Los principales mercados a los cuales exportó

Chile fueron China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y Brasil, asimismo, importaron desde China, Estados Unidos, Brasil, Alemania y Argentina (Observatory of Economic Complexity, s. f.).

Tabla 1. Principales mercados de exportación e importaciones de los países utilizados

Países	Exportaciones (\$)	Importaciones (\$)	Principales Mercados (Exporta)	Año
Estados Unidos	\$1,32 Billones	\$2,12 Billones	China, Japón, Alemania, México y Canadá.	2016
Israel	\$61 miles de millones	\$66,2 Miles de Millones	Estados Unidos, Hong Kong, China, Palestina y la India	2016
Chile	\$62,1 miles de millones	\$57,5 Miles de Millones	China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y Brasil	2016

Fuente: OEC, 2016.

Estos tres países se han caracterizado por su digitalización pero además de cómo le han logrado ayudar a los pequeños y medianos empresarios con temas digitales, como han motivados a sus poblaciones a que utilicen tanto el e-commerce como las Startups así como fuentes de empleos. Estos países incentivan a que sus ciudadanos si no encuentran empleo que empiecen a vender sus productos, estos tres países cuentan con puertos de gran capacidad para poder exportar e importar siendo una facilidad para la utilización del e-commerce, además de que han creado Startups importantes para el planeta relacionándose con aspectos de vital importancia e interés actuales.

2.6 El Papel de la Inversión Extranjera Directa

La inversión extranjera directa es muy importante para los países porque hace crecer a la economía, además, reduce los índices de pobreza y desempleo. Cuando una persona o empresa buscan expandir sus operaciones a otro país, esto va a tener consecuencias positivas como las mencionadas, pero de igual forma se deberán de pagar impuestos y cargas sociales, por esto, muchas organizaciones internacionales son tan importantes. Además, a esto se debe que los presidentes y ministros realicen

girar para atraer la inversión extranjera.

Es importante definir qué significa inversión extranjera directa, precisar los tipos, cómo funcionan y el impacto que tienen en los países. La inversión extranjera directa:

Es un importante catalizador para el desarrollo, ya que tiene el potencial de generar empleo, incrementar el ahorro y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones. Todo esto incidiendo positivamente en el ambiente productivo y competitivo de un país (Gobierno de México, Secretaría de Economía, 2015, s. p.).

La inversión extranjera tiene tres tipos de inversiones: A) Inversiones indirectas, son todos aquellos actos mediante los que el inversor hace un aporte a una entidad sin adquirir participación accionaria en. B) Inversiones de cartera, son aquellas inversiones realizadas con capital extranjero en acciones y bonos convertibles en acciones, negociables en bolsas de valores. C) Inversión Extranjera Directa, son inversiones realizadas desde el exterior, con la intención de permanencia y participación en el mercado de valores.

La inversión extranjera directa va a incidir positivamente siempre en un país, crea y ofrece múltiples acciones, algunas veces logra hacer acuerdos comerciales con el gobierno del país en el que desee instalarse. Los empresarios que hacen inversiones extranjeras deberán llevar nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones, es decir, propiciar el *e-commerce*, a través de una combinación de inversión, exportación, empleabilidad, obtención de recursos y el uso de nuevas tecnologías. La inversión extranjera directa es ineludible porque tiene consecuencias positivas, como la disminución de desempleo.

La inversión extranjera indirecta funciona mediante préstamos de organismos internacionales a gobiernos o empresas públicas (instituciones gubernamentales) de países en los que el inversionista no reside. Además, puede hacerse mediante la colocación de valores bursátiles oficiales del país receptor en las bolsas de valores del propio país o del que otorga el crédito (Instituto Superior de Empresas y Finanzas, 2018, s. p.).

En este caso, los organismos internacionales tienen un rol importante, ya que

entidades como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional ayudan al país al que le prestan, pero a cambio, el país deberá aceptar lo que el organismo internacional demande.

Entre los principales efectos que trae la inversión extranjera directa están: acumulación de capital, competitividad, concentración de capital, desarrollo tecnológico, PIB per cápita y balanza de pagos. Todos estos efectos son vitales para que un país pueda funcionar, sin embargo, en los últimos años, en Costa Rica ha disminuido la inversión extranjera y esto ha hecho que el desempleo aumente para llegar a un 12 %, lo cual es muy grave para un país como el costarricense.

Las inversiones extranjeras buscan establecer relaciones comerciales en diferentes países, lo que cuidan los inversionistas es que el país en el que van a invertir posea un mercado estable y grande, que las finanzas se encuentren en orden, es importante mencionar que entre los lugares más beneficiados se encuentran Latinoamérica y el Caribe, además del continente asiático. Entre las consecuencias de la inversión extranjera está la creación de tecnologías, lo cual es positivo, porque empuja al país a actualizarse en temas tecnológicos y esto se tornará en un ciclo en el que la inversión extranjera será el motor.

Entre las empresas se encuentran en el proceso de adaptación están cadenas de autos como Mitsubishi, Toyota, cadenas de restaurantes como Taco Bell o Papa John's, cadenas de hoteles como Marriott, es decir, empresas sumamente importantes para la economía de un país y que hacen que este tipo de convenios o de inversiones sean necesarios para los países, porque producen muchos beneficios.

El *e-commerce* es la nueva tendencia mundial en el ámbito del comercio, sin embargo, Costa Rica se ha rezagado en este aspecto, lo que propicia que esto sea un reto o problema en el futuro, por lo cual se debe trabajar más a fondo en cómo se puede mejorar en varios aspectos. Chile, Estados Unidos e Israel son tres países desarrollados que cuentan con un gran capital económico, mercados masivos y propician que las empresas opten por el comercio electrónico. Es necesario que Costa Rica tome como modelo el caso de estas naciones.

El Gobierno de la República de Costa Rica debe hacer esfuerzos por dialogar

con compañías e incentivarlas para que ingresen en Costa Rica promocionar por medio de “Esencial Costa Rica” que se trata de un aspecto sumamente positivo sin embargo el gobierno poder Ejecutivo y Legislativo leyes motiven a los empresarios extranjeros a invertir en Costa Rica porque en muchas ocasiones buscan la atracción de inversionistas extranjeros pero cuando ingresan se encuentran con bastante tramitología además de la gran de dinero que van a tener que pagar en impuestos lo que provoca que prefieran ir a invertir en otros Estados. Sin embargo a Costa Rica le conviene que otras empresas, como Uber, inviertan en el país para restablecer o fortalecer la economía.

CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO

En el marco metodológico se describirán elementos fundamentales para el desarrollo de esta investigación, como el enfoque, así como los instrumentos que se desarrollarán para llevar a cabo este proyecto. Se demostrará cómo será la investigación, su diseño y las variables que se tomarán en cuenta.

3.1 Enfoque de la Investigación

Este trabajo comprende un enfoque general. Además de recopilar los datos, es necesario ordenarlos, desarrollarlos y almacenarlos de la forma correcta.

Como lo indica Monge (2011): “La investigación es el proceso mediante el cual generamos conocimiento de la realidad con el propósito de explicarla, comprenderla y transformarla de acuerdo con las necesidades materiales y socioculturales del hombre que cambian constantemente” (s. p.).

El enfoque utilizado en la investigación será el cualitativo, debido a que lo que se pretende estudiar es el avance tecnológico de las sociedades y su influencia en los procesos de digitalización. Además, en este capítulo se detallan aspectos como el tipo de investigación, el estudio, la unidad de análisis y los medios e instrumentos empleados, así como las fuentes primarias y secundarias que son elementos fundamentales en cualquier trabajo de este tipo. Como lo afirman Bonilla y Rodríguez: “La investigación cualitativa en cambio se interesa por captar el interés social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir, de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto” (1997, p. 84).

Esta investigación es cualitativa, debido a que aborda un tema de interés social, novedoso e innovador y lo que se pretende con estas plataformas digitales es brindar herramientas a los consumidores para que no deban de gastar recursos económicos en trámites en innecesarios.

El diseño de este trabajo es descriptivo, ya que pretende describir lo que son las nuevas plataformas comerciales y cómo afectan a la ciudadanía, tanto en lo positivo como en lo negativo. Se selecciona este tipo de estudio ya que, a pesar de ser

un tema relativamente nuevo, hay fuentes confiables que van a ayudar a desarrollar el trabajo. Para comprender de una mejor manera el diseño descriptivo se tomará en cuenta lo que afirman Hernández, Fernández y Baptista; “La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (2003, s. p.).

3.2 Diseño de la Investigación

Cómo se indica, el diseño descriptivo busca describir la investigación mediante una serie de recursos, como las propiedades, características y rasgos importantes. Todo esto es importante, porque elementos van a ayudar a que se encuentre una mejor solución, además, facilitará la búsqueda de información.

Este diseño es apropiado para este tipo de investigaciones en las que se debe recopilar la mayor cantidad de información posible. Se deben organizar los datos de una forma centrada y desarrollada y es necesario describirlos. Del mismo modo, al ser una investigación comercial, sociocultural y con un énfasis en apoyar a la cultura costarricense, es importante describir la mayoría de características, rasgos y propiedades que se puedan encontrar.

3.3 Fuentes de Información

Las fuentes informativas son de gran relevancia para el desarrollo de la investigación ya que brinda materiales de apoyo que pueda contribuir en la investigación, el trabajo presenta un alto contenido de fuentes informativas, con el fin de desarrollar un precedente antes de llegar al desarrollo y conclusión de la investigación por lo tanto para la elaboración de este documento se utilizaron tanto fuentes primarias como secundarias, puesto que consideró importante conocer la opinión de expertos en el ámbito del comercio así como el uso de documentos oficiales que permitieran así conocer el desarrollo del tema.

3.3.1 Primarias

Las fuentes primarias para este trabajo de investigación serán las entrevistas a expertos en el tema de las plataformas comerciales.

3.3.2 Secundarias

Como fuentes secundarias está la revisión bibliográfica para recolectar de datos.

3.4 Variables de Investigación

Las variables sirven para la comprobación de teorías y son parte de las hipótesis, por lo que el trabajar con un instrumento de medición es fundamental, esto se utiliza con el fin de fortalecer los objetivos y para orientar el trabajo investigativo.

3.4.1. Cuadro de Variables

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Definir qué son las plataformas electrónicas y su uso en el sistema internacional, usando como referencia a Chile, Estados Unidos e Israel.	Evolución del desarrollo de Comercio Electrónico	Aunque todavía no se ha definido qué fue lo que hizo que se desarrollará el comercio electrónico, lo relacionan con la venta por catálogos.	Concepto de Evolución del Comercio Electrónico en los procesos de intercambio de bienes y servicios mediante plataformas digitales.	Revisión Bibliográfica
	Sistema Internacional.	El comercio electrónico ha irrumpido en el sistema internacional, por medio de las TICs, además del avance tecnológico que se ha tenido en el ámbito mundial, haciendo que los Estados deban de permitir el acceso a estas aplicaciones, pero, con su correspondiente regulación.		
	Plataformas digitales, en Israel, Estados Unidos y Chile	Estos tres países son elegidos por el uso que ellos tienen con la tecnología, Israel por la creación de empresas relacionadas con la ciberseguridad, además de las <i>start-ups</i> (que son innovaciones tecnológicas), Estados Unidos de cómo empresas como Amazon han hecho que grandes Centros Comerciales y Empresas importantes tengan que cerrar sus operaciones y, por último, Chile que se encuentra entre los mejores 3 países con avances tecnológicos, para dar		

		una perspectiva de la importancia de las plataformas digitales en el mundo.		
Determinar el papel de la Inversión Extranjera Directa en el desarrollo	Inversión Extranjera Directa.	La inversión Extranjera Directa, es la que permite aumentar la generación de empleo, incrementar el desarrollo y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones. (Secretaría de Economía del Gobierno Federal de México, 25 de mayo, 2016)	Impacto de la Inversión Extranjera Directa en los cambios de la realidad comercial.	Revisión Bibliográfica.
	Tendencias Comerciales electrónicas.	Las tendencias son aquellas que se logran mantener de forma ascendente o descendente con relación a las tendencias comerciales electrónicas, es decir, que han tenido una gran aceptación en el ámbito mundial con el nuevo uso de las tecnologías.		
Reconocer la posición (situación) actual de Costa Rica en la implementación de las plataformas.	Plataformas de comercio electrónico	Las plataformas de Comercio electrónico son un <i>software</i> el cual permite que los vendedores puedan vender sus productos de una forma más rápida, eficiente y de calidad, para los compradores o clientes les permite adquirir productos de una forma segura, rápida, cómoda, etc.	Situación actual de Costa Rica.	Encuesta
Analizar los retos y oportunidades para Costa Rica.	Retos	Desafíos que se deben superar en el aprovechamiento adecuado de las plataformas para Costa Rica en relación con el comercio electrónico.	Prospección sobre las posibilidades que tiene Costa Rica en cuanto al tema digital.	Entrevista a profundidad.

	Oportunidades			
--	---------------	--	--	--

3.5 Instrumentos de Investigación

El instrumento es parte fundamental del trabajo, pues en ella se recopila los datos necesarios para obtener parte de las respuestas del trabajo de investigación, además es una ayuda importante para el investigador, con el fin de comprobar las hipótesis generadas y sirve de guía para orientar al investigador.

3.5.1 Instrumento#1. Matriz Documental

En la primera matriz se desarrollará una línea del tiempo para captar de mejor el desarrollo que ha tenido la implementación de las plataformas de comercio electrónico en el sistema internacional.

Por lo tanto, el objetivo de este instrumento es describir el desarrollo histórico de la implementación del comercio electrónico en el sistema internacional, para esto, se estudiarán los casos de Israel, Estados Unidos y Chile, que servirán como referencia. Además, se mencionará cómo han mejorado sus economías con la incursión del *e-commerce*.

Años	2000	2008	2017
Eventos históricos			
Actores Internacionales			
Impacto			

Fuente: elaboración propia.

3.5.2 Instrumento # 2. Matriz Documental

El segundo instrumento de la investigación busca determinar el papel de la Inversión Extranjera Directa en el desarrollo del Comercio Electrónico. Además, se incluirán los tipos de inversión y cuáles compañías han tenido impactos positivos o negativos. Con este instrumento se brindarán perspectivas sobre la Inversión Extranjera Directa en Costa Rica, en relación con el *e-commerce*.

Forma de la Inversión Extranjera Directa				
Empresa				
Tendencia				

Fuente: elaboración propia, con datos de las empresas de Uber, Uber Eats, Wish y Go Pato.

3.5.3 Instrumento# 3. Encuesta

El objetivo del tercer instrumento es reconocer la situación actual de Costa Rica en el uso de este tipo de plataformas. Para obtener mejores fuentes de información para desarrollar el objetivo número 3, se realizará un cuestionario de respuesta breve en el que los entrevistados responderán sí o no, para presentar un análisis de resultados más profundo sobre el conocimiento del *e-commerce*.

Cuestionario: Opinión Publica sobre el uso del e-commerce en Costa Rica

Información General

Preguntas:

1. ¿Conoce sobre el término *e-commerce*?
2. ¿Conoce de plataformas o aplicaciones de *e-commerce* en Costa Rica?
3. ¿Alguna vez ha utilizado alguna aplicación de *e-commerce*?

4. ¿Sabía que Costa Rica se encuentra entre los primeros países Latinoamericanos, en relación con la tecnología?
5. ¿Le gustaría que el Gobierno de la República de Costa Rica brindará más información sobre tecnologías, para capacitarse?
6. ¿Ha notado la diferencia en el cambio que se da, de lo físico a lo digital?
7. ¿Qué le pareció el servicio del *e-commerce*, incluida la logística?
8. ¿Considera que en la actualidad existen más herramientas tecnológicas?
9. ¿Confía plenamente en la seguridad que le brindan las plataformas o aplicaciones de *e-commerce*?
10. ¿En caso de fundar su propia empresa, le han parecido aceptables las propuestas políticas de los períodos 2014-2018 y 2018-2022, en cuanto a la implementación de nuevas tecnologías?

3.5.4 Instrumento # 4. Entrevista a Profundidad

El ultimo instrumento de la investigación busca analizar los retos y oportunidades para Costa Rica en relación con el comercio electrónico. Esto se hará través del instrumento de recolección de datos, es decir, una entrevista a profundidad con la persona encargada de este tema en La Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) quien cuenta con una Maestría en E-Commerce y *Marketing* Digital, Instituto Internacional de *Marketing*, 12 años de laborar en PROCOMER. Por lo que se realizarán 6 preguntas al respecto, además se indagará en los retos y oportunidades que tiene Costa Rica en este ámbito.

Información General

Formación Académica:

Experiencia Laboral:

Preguntas de la Entrevista: Realidad de Costa Rica en el e-commerce

1. ¿Cuáles son los mayores retos que tiene el Gobierno en relación con el ámbito digital y con el *e-commerce*?
2. ¿Cuáles son las circunstancias que han hecho que las empresas privadas hayan optado por brindar servicios tecnológicos y los efectos positivos y negativos de esto?
3. ¿Cuáles han sido los mayores desafíos de la empresa privada con la digitalización (factura electrónica) y el *e-commerce*?
4. ¿Qué clase de beneficios internacionales puede obtener Costa Rica en el ámbito internacional con el *e-commerce* y si la Inversión Extranjera Directa ha desarrollado estos negocios en Costa Rica?
5. ¿Cómo ha ido la transición en la población costarricense con *e-commerce*, se ha reflejado positivamente o si por el contrario la respuesta ha sido negativa?
6. ¿Cuáles aspectos debe mejorar Costa Rica con relación al *e-commerce*?

3.6 Recolección de Datos

En este apartado se puede observar los instrumentos completados con su respectiva información, se determina que el proceso investigativo posee información enriquecedora y relevante para lograr dar con los resultados esperados y lograr responder la pregunta de investigación además, al ver los instrumentos ya elaborados se evidencia que el trabajo es viable al presentar elementos fundamentales de que el tema en cuestión es importante de estudiar, se justifica el uso de la entrevista a profundidad ya que, es un parámetro que brinda datos expuestos por un profesional del área de relaciones internacionales que ayuda a dar una respuesta más concreta y lograr recrear las oportunidades de Costa Rica en la aplicación del comercio electrónico.

3.6.1 Evolución del Comercio Electrónico

Años	2000	2008	2017
------	------	------	------

Eventos históricos	<p>Globalización</p> <p>La Globalización en una etapa avanzada de la división internacional del trabajo, la cual se caracteriza por una mayor interacción e interdependencia de los factores y actores que intervienen en el proceso del desarrollo mundial. Estos factores y actores son de índole económica, social, política, ambiental, cultural, geográfica, etc. e involucran relaciones entre Estados, regiones, pueblos, empresas, partidos, etc. (Romero, s. f., p. 7).</p>	<p>Creación de las primeras aplicaciones tecnológicas y de las tiendas virtuales para los sistemas operativos.</p>	<p>Implementación del Comercio electrónico.</p>
Actores Internacionales	<p>Empresas Transnacionales, Estados</p>	<p>Amazon, Uber, eBay, Wish. En cuanto a los países, serán Israel, Estados Unidos y Chile.</p>	<p>Empresas tecnológicas comerciales en el sistema Internacional.</p>
Impacto	<p>Como la Inversión Extranjera Directa, ha logrado generar un vínculo entre empresas extranjeras privadas y estados.</p>	<p>La creación de interdependencia entre los países que es lo que genera el comercio electrónico.</p>	<p>La facilidad de intercambio comercial</p>

Fuente: elaboración propia.

La matriz elaborada permite visualizar con mayor facilidad la se ha desarrollado mediante el fenómeno de la globalización un acercamiento tecnológico por parte de las empresas que potencia las formas de inversión en el Sistema Internacional traducido en una serie de beneficios visualizado en los países elegidos.

3.6.2 Inversión Extranjera Directa

Para entender mejor el objetivo 2, se ha formulado la siguiente tabla de revisión bibliográfica con base en la Inversión Extranjera Directa, para llevar a cabo la investigación del trabajo.

Empresa	Uber / Uber Eats	Amazon	Wish	Go Pato
Tendencia	Empleos informales, además de empleos formales, con la creación de centros de llamadas.	El cambio que se está dando paulatinamente de tener tiendas en físico a lo digital.	La accesibilidad a realizar compras en el ámbito internacional, ejemplo comprar productos de China a Costa Rica.	La nueva tendencia de aplicaciones comerciales, ha hecho que en Costa Rica se empiece a crear aplicaciones tecnológicas de entrega de productos .

Fuente: elaboración propia, con datos de las empresas de Uber, Uber Eats, Wish y Go Pato.

La matriz elaborada permite comparar las tendencias generadas a partir de las principales plataformas de comercio electrónico.

3.6.3 Encuesta

Para este objetivo se utilizó una encuesta a 10 personas entre estudiantes y docentes del área de logística y aduanas que, además, poseen experiencia laboral en este campo. Los resultados fueron muy provechosos para la elaboración de este trabajo.

A continuación, se describirán los resultados obtenidos de la encuesta:

1. Un 60 % conoce sobre *e-commerce*, mientras que un 40 % desconoce sobre el tema.
2. Un 60 % no conoce sobre aplicaciones o plataformas de *e-commerce* en Costa Rica, mientras que un 40 % reconoce aplicaciones de este tipo.

3. Un 70 % de las personas entrevistadas no han utilizado estas plataformas electrónicas, mientras que un 30 % sí.
4. Un 70 % desconocía que Costa Rica cuenta con un avance progresivo en Latinoamérica en el ámbito de la tecnología, mientras que 30 % sí sabía de esto.
5. Al 100 % le gustaría que el Gobierno brinde capacitaciones sobre esta tecnología.
6. Un 70 % afirma darse cuenta de la transición hacia lo digital y un 30 % indica que no.
7. La mayoría (5 personas) opina que el servicio del *e-commerce* es regular, 2 personas desconocían sobre el *e-commerce*, otras 2 personas clasificaron el servicio como bueno y, solamente 1 persona, opinó que el servicio era muy bueno.
8. Con respecto a la accesibilidad a las plataformas de *e-commerce* y su tiempo de respuesta hay 4 que clasificaron de bueno, otros 4 regular y 2 que desconocen sobre el *e-commerce*.
9. Sobre la seguridad y la confianza de los usuarios en estas aplicaciones, un 10 % afirma que no confía en estas, un 20 % que desconoce el tema, un 30 % afirma que en algunas ocasiones confían, pero no siempre, y un 40 % afirmó que, según la aplicación, confían. Lo interesante es que un 0 % afirmó creer en las aplicaciones de *e-commerce* y la seguridad que estas brindan.
10. Sobre las propuestas políticas en los períodos 2014-2018 y 2018-2022, un 20 % indica que son buenas, un 70 % que son regulares y 10 % que son malas. Ninguna persona considera que hayan sido muy buenas.

Estos resultados son importantes y relevantes porque demuestran que, a pesar de la transición a lo digital, el gobierno debe realizar mayores esfuerzos para ofrecerle oportunidades a la ciudadanía para que estudien los servicios digitales. Las empresas deben darse a conocer con sus propias aplicaciones innovadoras como la aplicación de McDonald's Costa Rica que ofrece cupones digitales.

3.6.4 Entrevista

La entrevista consta de 6 preguntas y se realizó con Laura Quesada, experta en el tema del *e-commerce*, ella trabaja actualmente en la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER). Se indagó sobre las principales problemáticas del comercio electrónico en Costa Rica, asimismo, sobre los beneficios que perciben países como Brasil, Chile, Estados Unidos, entre otros, y cómo debe trabajar Costa Rica frente a la Cuarta Revolución Industrial.

Quesada mencionó que entre los principales retos que enfrenta el Gobierno de Costa Rica están la legalidad y la ambigüedad de las leyes actuales, ya que estas no protegen a los consumidores costarricenses ante las nuevas aplicaciones tecnológicas. Esto propicia que el interesado en adquirir productos se sienta inseguro y prefiera utilizar otras plataformas o ir a la tienda física por el producto. Asimismo, aseguró que en la Promotora de Comercio Exterior no se analizan las políticas gubernamentales, como se hace en el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).

Quesada asegura que cuando una empresa realiza la actividad del *e-commerce* debe ofrecer respaldo para los consumidores, sin embargo, en Costa Rica solamente se cuenta con la defensoría al consumidor, no hay leyes que defiendan a quien consume estos servicios. Esto representa un reto importante para el país, asimismo, mencionó que no existen leyes que fijen un máximo o mínimo de productos que se pueden exportar.

Posteriormente, se conversó sobre la tendencia de las empresas de trasladarse a lo digital. Quesada afirma que las compañías que se opongan a realizar el cambio a lo digital verán las repercusiones en sus ventas, incluso podrían enfrentar la quiebra, como sucedió con la compañía Kodak de cámaras fotográficas, que se oponía a la fotografía digital. Además, indicó que en el presente se cuenta con un mundo de integración internacional en el cual se pueden crear productos con piezas de otros países y vender en otras naciones y es el comercio electrónico el que brinda la posibilidad a los usuarios de adquirir productos de otras partes del mundo.

La entrevistada también mencionó que con el comercio electrónico existe la posibilidad de vender sin gastar tanto dinero, porque en muchas ocasiones un mismo producto tiene un costo menor en la *web*, como sucede con los videojuegos. Además, el usuario tendrá una serie de beneficios, entre estos la entrega a domicilio y, en algunas ocasiones, regalías.

Otro de los puntos destacados fue la inversión. Los empresarios no desean invertir en la digitalización pues consideran que tiene un alto costo, sin embargo, se debería analizar cuáles son los retos y beneficios de digitalizar los servicios. Asimismo, mencionó otros factores como el *marketing* digital, para aumentar el volumen de ventas, además de que se debe crear un inventario y gestionarlo de una forma ordenada.

El *marketing* digital es uno de los principales retos para la empresa privada, en algunas ocasiones, las compañías no cuentan con suficientes recursos para contratar a un *community manager* que se encargue de la promoción.

Los principales beneficios que tiene Costa Rica con el comercio electrónico son: se proyecta como un país seguro para comprar, se incentiva el emprendedurismo y el desarrollo de nuevas pymes, asimismo, se estimula a los empresarios costarricenses para que exporten sus productos. Por otro lado, se conoció a un inversionista israelí que fundó una empresa de ciberseguridad en el país, pero con relación al *e-commerce*, este no ha causado gran revolución o no se han reflejado beneficios para Costa Rica.

La población costarricense se encuentra dividida con respecto al *e-commerce*, muchas personas no están familiarizadas con los teléfonos inteligentes o con las aplicaciones de este tipo. Uno de los grandes retos para el gobierno es educar al público general en este ámbito.

El comercio electrónico ha generado grandes pérdidas para las compañías que cuentan con tiendas físicas o grandes tiendas comerciales, la población se ha vuelto sedentaria por el uso de las nuevas aplicaciones tecnológicas, las personas no quieren salir de su casa o no cuentan con el tiempo necesario.

Quesada mencionó las nuevas aplicaciones de los bancos que permiten realizar transacciones virtuales o agendar una cita virtualmente (el caso del BAC) con la fecha y la hora exacta, además, existen páginas *web* (como la de RTV) que permiten obtener citas de una forma virtual. Esto incentiva a la población costarricense para que utilice las herramientas digitales que se ofrecen.

En el caso de Chile, no poseen una aplicación con un volumen de ventas como el de Amazon, sin embargo, Walmart recientemente adquirió un aplicativo en el que hay negocios afiliados, que ofrecen sus productos y servicios a domicilio. Costa Rica se debe enfocar en crear

más aplicaciones como estas y contar con un marco legal que defina sus parámetros de operación.

Otro aspecto relevante es el de la competencia, pues esta propicia que las compañías se enfoquen en brindarle los mejores productos al consumidor.

El gobierno debe realizar mayores esfuerzos para instruir a los empresarios, debido a que en ocasiones se han realizado estafas millonarias con las facturas. Se deben ofrecer mejoras en la ciberseguridad, implantar políticas educativas y hacer convenios con distintas instituciones como el Instituto Nacional de Aprendizaje o con el Tecnológico de Costa Rica y otorgar nuevas becas para que los jóvenes se puedan desarrollar en estos temas.

Asimismo, el marco legal es obligatorio y necesario, Otro de los retos que tienen las empresas y Costa Rica es la logística, los costos de envío afectan en el área de costos, además, en algunas ocasiones las empresas utilizan plataformas de *e-commerce* para vender productos con un alto precio, sin prever que el usuario puede encontrar el mismo producto a un mejor precio en una tienda física o en otro sitio *web*.

Con la entrevista se pudo conocer sobre nuevos conceptos, además de enfatizar en algunos aspectos relevantes para el país. Se deben crear nuevas políticas públicas que defiendan a los consumidores para que tengan mayor seguridad al optar por estos comercios, del mismo modo, se debe incentivar que las pequeñas y medianas empresas comiencen a innovar en el ámbito tecnológico, aumenten sus ventas y, con esto, la oferta de empleo.

CAPITULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El comercio internacional es imprescindible para un país como Costa Rica, los Tratados de Libre Comercio son sumamente valiosos. Por su historia, Costa Rica siempre se ha caracterizado por exportar café y banano, sin embargo, en los últimos años la piña se ha convertido en un producto sumamente importante de exportación, asimismo, algunas aplicaciones tecnológicas han entrado al país por medio de los tratados.

Costa Rica debería hacer esfuerzos para exportar servicios y nuevos productos, además, crear empresas que sean plataformas de comercio como Amazon, pero para el mercado nacional. Las compañías internacionales se instalan en Costa Rica porque reconocen que el recurso humano que posee Costa Rica está mejor preparado, además, tienen más cualidades que en otros países.

4.1 Costa Rica en el Comercio Exterior

Costa Rica cuenta con una economía limitada, por lo tanto, necesita exportar sus productos. Las exportaciones tradicionales son el café y banano, sin embargo, en los últimos años se ha incursionado en la exportación de piña, así como de dispositivos médicos.

Además, el país cuenta con la marca *Esencial*, cuyo principal objetivo es lograr la atención internacional y promover la inversión extranjera directa. Asimismo, a diferencia de la región centroamericana, Costa Rica cuenta con recurso humano con conocimientos en varios idiomas, entre estos el inglés, además de carreras tecnológicas, lo que hace que se vuelva un mercado más competitivo para la atracción de inversionistas.

4.2 Tendencias Mundiales del E-Commerce

El comercio electrónico, como nuevo mecanismo de comercio, tiene efectos positivos y negativos, así como tendencias. Se pueden ofrecer servicios por medio de páginas *web* o de aplicaciones que se pueden descargar gratuitamente en los teléfonos inteligentes.

Es valioso reconocer la relación entre ministerios, la marca Esencial Costa Rica fue creada por la Promotora de Comercio Exterior, pero, el Instituto Costarricense de Turismo la ha utilizado para la atracción de turismo extranjero. Del mismo modo, el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) ha realizado una gran labor en cuanto a asistencia para los importadores.

El posicionamiento de Costa Rica en el ámbito internacional ha sido de suma importancia para establecer relaciones comerciales de valor. Actualmente, el país es miembro activo de la Organización Mundial del Comercio, además, se encuentra en proceso de ingresar en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, así como del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

Los principales socios económicos de Costa Rica, con relación a las exportaciones, están América del Norte. De acuerdo con datos de la Promotora de Comercio Exterior (2019), para el 2017 se obtuvieron ganancias por \$ 4,939,739.7 y para el 2018 5,260,020.3.

El comercio costarricense es un pilar para la creación de nuevos empleos directos, además, motiva a que los costarricenses comiencen a crear sus propios negocios, sin embargo, aún falta asesoramiento para las pequeñas y medianas empresas por parte del Ministerio de Comercio Exterior y la Promotora de Comercio Exterior.

4.3 Situación Actual de Costa Rica con el E-Commerce

El desarrollo tecnológico ha obligado a los países a modificar sus políticas para brindar asistencia tecnológica. Según datos del Ministerio de Economía y Comercio (MEIC). “Se les consultó a las empresas si realizaban ventas en redes sociales y un 17,0 % de las mismas indicó que si lo realizaban, mientras que el 80.9 % afirmó que no lo realizaban” (Ministerio de Economía y Comercio, 2018, s. p.).

Para tener un gran volumen de ventas es necesario promocionarse las redes sociales, además de incluir la publicidad. Sin embargo, en Costa Rica existen muchas pequeñas y medianas empresas que no utilizan esta herramienta, esto produce que el país no logre desarrollarse como debería.

El Gobierno de la República de Costa Rica debe replantear las políticas de las tecnologías,

porque en los tiempos actuales muchas personas poseen teléfonos inteligentes o computadoras, sin embargo, las pequeñas y medianas empresas no utilizan esta herramienta para comercializar. Con las cifras del Ministerio de Economía y Comercio, se demuestra que Costa Rica todavía no se ha enfocado en esta área.

La economía de Costa Rica se encontraba en crisis, los gobernantes actuales decidieron aumentar los tributos como posible solución, sin embargo, si el comercio está regulado y se encuentra bien, la economía también lo estará. Esta puede ser una posible solución a la crisis económica costarricense, impulsar a que las pequeñas y medianas empresas implementen sus propias aplicaciones o páginas *web*. De esta manera, las empresas con más ganancias contribuirán con el Estado, a través de los tributos.

Es importante reconocer que hay empresas como Go Pato, que ofrecen nuevos servicios, como realizar las compras del supermercado por medio de la aplicación. Otro aplicativo reciente es la del Automercado que permite realizar compras en línea mientras el usuario se encuentra en su casa u oficina.

Es importante que la población costarricense empiece a conocer estas aplicaciones digitales, parte la cuarta revolución industrial. Estos son instrumentos para facilitarle la vida a los consumidores, evitándoles trámites o que pérdidas de tiempo al trasladarse a comercios como supermercados. Se debe trabajar en transmitirle confianza al público general sobre el uso de las tecnologías.

El *e-commerce* todavía es muy reciente en Costa Rica, una modalidad en la que este se practica es por medio de la aplicación de mensajería de textos WhatsApp que, aunque es un poco informal, ha servido para que las empresas logren vender sus productos más rápidamente. Esta aplicación cuenta con billones de usuarios en todo el mundo.

Según datos del Ministerio de Economía y Comercio.

Sobre la herramienta WhatsApp como medio para ventas es interesante observar que tanto las microempresas como las medianas indican en un 37 % lo emplean y en el ámbito general un 36 % afirmó realizar ventas por este medio (Ministerio de Economía y Comercio, s. f.).

Es importante reconocer que ha habido costarricenses que han empezado a crear sus

propias *start-ups*. Por ejemplo, Psihelp que pretende brindar apoyo emocional, a las personas que lo requieran, para disminuir la tasa de suicidios, además, se puede mencionar a Ecolones que entrega dinero virtual a las personas que devuelvan envases.

4.4 Retos y Oportunidades de Costa Rica con el E-Commerce

Algunos de los retos más importantes para el comercio electrónico costarricense son: generar confianza en los usuarios, contar con un marco legal adecuado y ofrecer seguridad a los consumidores en caso de algún problema con un bien o servicio. En la actualidad, si el proveedor desaparece y no se hace responsable no hay leyes que protejan a la víctima, además, estas normativas se consideran obsoletas.

Otro de los grandes retos que asume el gobierno de Costa Rica es el de la legalidad, se deben realizar modificar o crear leyes para incentivar la digitalización y para proteger tanto a los consumidores como a los proveedores.

En cuanto a la infraestructura, es antigua, lo que provoca que nuevas tecnologías no puedan entrar a Costa Rica. Por este motivo, el gobierno debe realizar los estudios correspondientes para implantar los cambios necesarios en infraestructura y que se puedan desarrollar nuevas tecnologías, de manera exitosa. El país debe asegurar a su población acceso total a Internet, con velocidades óptimas y la mayor estabilidad.

En cuanto a las vías terrestres, Costa Rica debe implantar una autopista que conecte a los 2 puertos y esta debe ser para el transporte exclusivo de las importaciones y exportaciones.

Es importante, además, crear un plan nacional para incentivar a la población costarricense a consumir productos nacionales, por medio del *e-commerce*, esto puede generar ingresos frescos a las arcas del Estado.

Otro reto importante es la ciberseguridad, gran parte de los ciudadanos desconfía de estas aplicaciones de comercio electrónico. Además, si en Costa Rica sucede un ataque cibernético, las leyes no protegen al afectado y, en muchas ocasiones, los bancos tampoco brindan asistencia, por lo que la población consumidora en estas plataformas es vulnerable.

Otro reto es la digitalización, por ejemplo, el uso de la factura electrónica que ha generado preocupación y dudas entre los empresarios. Además, algunos comercios han sido víctimas de

estafas por desconocer el tema.

La cuarta revolución industrial pretende simplificarle la vida del consumidor y que pueda obtener productos de forma ágil, segura y sin trámites. Es un acontecimiento que va a afectar a toda la población, no solamente en el comercio, sino en todos los aspectos de la sociedad.

Por otra parte, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICITT) realiza grandes esfuerzos para que los jóvenes se interesen en la tecnología puedan obtener becas internacionales y que se instruyan en campos tecnológicos, para que regresen a Costa Rica con el conocimiento adquirido y que puedan contribuir con el país.

Se debe incentivar el emprendedurismo nacional, ofrecer acompañamiento, facilidades y herramientas. Además, es necesario incentivar a los costarricenses a que consuman o utilicen los productos hechos en Costa Rica.

La tecnología brinda una perspectiva sobre los mercados más llamativos para exportar. Además, actualmente existen universidades o institutos que brindan clases por medio de plataformas digitales o aplicaciones, pero el costarricense, en ocasiones, no las utiliza porque no quiere. Se debe trabajar como sociedad para erradicar este tipo de acciones y aprovechar los medios tecnológicos.

No solamente se trata de desafíos, el *e-commerce* brinda grandes oportunidades de desarrollo, que son factores que son elementales para la economía de un país. Además, facilita las exportaciones y la búsqueda de clientes internacionales, esto afecta positivamente al Producto Interno Bruto, así como al Producto Nacional Bruto.

Entre las principales oportunidades que puede generar el *e-commerce* en Costa Rica se encuentran las siguientes:

Se ofrece una nueva modalidad de negocios, por medio de aplicaciones o de páginas *web*, para que los consumidores adquieran el producto de su preferencia sin salir de su casa u oficina. Para que una aplicación de *e-commerce* logre tener éxito debe enfocarse en la innovación y renovación. Para las empresas la tecnología una herramienta útil y eficaz que potencia la generación de ingresos.

Un caso de éxito en el ámbito costarricense es de la aplicación McDonald's, que ofrece

descuentos por medio de cupones digitales. De acuerdo con Sequeira (2019), “hoy nuestra App tiene cerca 800.000 usuarios en Costa Rica de los cuales ingresan 4 veces por semana a revisar que nuevas promociones y que variaciones hay” (s. p.).

Otra de oportunidades que presenta el *e-commerce* es la generación de empleos directos para transportistas, profesionales en el ámbito de tecnológico y para los vendedores o comerciantes, lo que se traduce en dinero para el Estado cuando deban pagar los tributos correspondientes.

Se debe incentivar a las pymes para que utilicen la tecnología en la venta de productos o servicios, aunque sea en el mercado local. De esta forma, obtendrán un mayor volumen de ventas y se generarán nuevos empleos.

Además, grandes empresas pueden realizar alianzas estratégicas para brindar asistencia a las pymes de Costa Rica, en conjunto con el Ministerio de Comercio Exterior y la Promotora del Comercio Exterior. Por ejemplo, se puede facilitar el envío de productos a cualquier parte del territorio costarricense, así como la exportación con el respaldo de instituciones públicas.

Otra de las oportunidades que brinda el *e-commerce* y la tecnología es revitalizar carreras universitarias, por ejemplo, leyes o medicina, que se encuentran saturadas. Asimismo, impulsan el surgimiento de nuevas ocupaciones, como los *youtubers* o *influencers*.

Los *influencers*, representan un medio para la publicidad digital, producen una necesidad en las masas de que adquieran ciertos productos, lo que aumenta las ventas.

Entre las oportunidades que presenta el *e-commerce* también está la adquisición de idiomas. Existen aplicaciones como Duolingo u Open English, disponibles 24 horas para que el usuario pueda aprender desde su casa u oficina. En ocasiones, los aplicativos de este tipo son gratuitos, pero generan ganancias por medio de publicidad que otras empresas pautan, si el usuario no desea ver los anuncios deberá pagar.

En un mundo globalizado es fundamental tener conocimientos de inglés, porque la inversión extranjera directa requiere que sus colaboradores manejen este idioma. Asimismo, existen empresas tecnológicas que ofrecen sus servicios para traducciones formales. Los empresarios que deseen exportar sus productos deben tener conocimiento de uno o varios idiomas para que puedan negociar con los exportadores o con clientes potenciales.

A través de la tecnología se pueden estudiar nuevos mercados, nuevos productos, o investigar sobre precios. Además, brinda facilidades como el sistema de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), para que los comerciantes puedan sacar sus propias conclusiones.

El *e-commerce* brinda la posibilidad innovar y renovar, ambas características necesarias para que una empresa se desarrolle de una manera óptima. A las pymes se les otorga apoyo con sus productos para que logren vender tanto en el mercado nacional como en el internacional. Además, las personas que posean habilidades tecnológicas podrán encontrar más y mejores empleos.

Otro caso de éxito es de *Esencial Costa Rica* que se encarga de la atracción de turismo e inversión extranjera. Esencial Costa Rica produce material tanto televisivo como digital para atraer la atención de turistas de todos los países para que visiten Costa Rica.

Costa Rica debe desarrollar nuevas tecnologías, tanto comerciales como de ciberseguridad, el e-commerce genera oportunidades que se deben aprovechar al máximo, como la generación de empleo y reducción de tiempos para los consumidores.

La aplicación del FODA es necesaria para identificar cuáles son las oportunidades que tiene un negocio con el *e-commerce*. Asimismo, se deben generar alianzas estratégicas entre instituciones públicas, ministerios, empresas privadas y pymes.

4.5 Análisis de Resultados de la Implementación de las Plataformas de Comercio Electrónico para Costa Rica

El análisis es uno de los elementos primordiales en cualquier investigación, por esto, en este apartado expresarán los resultados de este proyecto, además, se eligieron varios países como referencia por su posicionamiento en cuanto a *start-ups* y comercio electrónico. Asimismo, se explicarán los instrumentos para recopilar la información.

4.5.1 Plataformas Electrónicas y Su Uso en el Sistema Internacional Usando Como Referencia a Estados Unidos, Israel y Chile

El instrumento escogido fue la revisión bibliográfica, se usó para investigar sobre las

nuevas tendencias de la Cuarta Revolución Industrial (tecnología). Se tomaron estos 3 países (Estados Unidos, Israel y Chile) como referencia, porque han desarrollado sus habilidades tecnológicas para implantar el *e-commerce* en sus territorios, además, brindarán una perspectiva distinta.

Como resultado, se pudo demostrar que el *e-commerce*, es un factor fundamental de la comunidad internacional que aprovecha los recursos de la tecnología. En muchos países, el comercio electrónico ayuda a que las pequeñas y medianas empresas obtengan un mayor volumen de ventas, lo que produce riqueza para los habitantes y el Estado.

Estados Unidos ha logrado desarrollar infraestructuras tecnológicas de primer nivel, con grandes empresas que han alcanzado el éxito mundial. Además, han implantado políticas novedosas en el ámbito de la ciberseguridad.

Israel se es uno de los principales países para la creación de *start-ups*, el uso de la inteligencia artificial es un elemento fundamental que en proyectos tecnológicos de diversos campos como salud, tecnología, la industria automotriz, agua y saneamiento, entre otros.

En Chile, el *e-Commerce* se ha convertido en uno de los principales aportes al Producto Interno Bruto de ese país, lo que significa un impacto positivo en la economía chilena. Además, a los consumidores se les brinda seguridad, lo que crea confianza en los usuarios y los proveedores. Este país ha logrado aprovechar sus recursos, principalmente los puertos, para la exportación de productos hacia su comprador principal en el continente asiático: China.

4.5.2 El Impacto que Tiene la Inversión Extranjera Directa

Se recurrió al instrumento de la revisión bibliográfica con datos sobre la inversión extranjera directa en Costa Rica. Los resultados fueron inesperados, el *e-commerce* no ha generado grandes inversiones extranjeras, solamente existen empresas como Uber, Amazon o Uber Eats, sin embargo, las *start-ups* sí han producido mayor inversión de este tipo.

Se logró establecer que un país como Costa Rica requiere de la Inversión Extranjera Directa por varios motivos, por ejemplo, la generación de empleo. Actualmente, Costa Rica vive una crisis fiscal, que solamente se ataca a través de más impuestos, sin darle el valor al *e-*

commerce o a las *start-ups* como posible solución para salir de la crisis.

Por lo tanto queda claro que se establece una oportunidad de desarrollo para el país mediante la implementación y utilización de estas plataformas que generan altos rendimientos económicos para el país.

4.5.3 La Situación Actual de Costa Rica en la Implementación de las Plataformas

Para obtener un resultado más provechoso, se utilizó el instrumento de la encuesta aplicada a estudiantes y docentes de logística y aduanas del instituto Iberoamericano para Empresarios (IIBE), quienes, a la vez, se ejercen en esta área.

Esta encuesta sirvió para demostrar que Costa Rica debe invertir en crear nuevas legislaciones que brinden confianza a los consumidores costarricenses. Asimismo, el país debe buscar alianzas estratégicas dentro del gobierno para que los jóvenes comiencen a desarrollar habilidades tecnológicas, ofrecerles becas, traer expertos en el tema y establecer alianzas con instituciones como el Tecnológico de Costa Rica, Instituto Nacional de Aprendizaje, entre otros.

Entre los principales resultados, se encontró que hay estudiantes que desconocen en qué consiste el *e-commerce*, además, queda en evidencia la desconfianza por la tecnología de parte de consumidores y empresarios. Sin embargo, el 100 % respondió que le gustaría que el gobierno capacite en estos temas. Además, mencionaron que las políticas implementadas en el ámbito tecnológico durante el periodo 2014-2018 y 2018-2022 han sido regulares o malas.

El gobierno de la República de Costa Rica debe implantar estrategias para que los costarricenses se acerquen o familiaricen con la tecnología y, de esta forma, potenciar el emprendedurismo.

4.5.4 Los Retos y Oportunidades para Costa Rica en Relación con el Comercio Electrónico

Para la realización de este objetivo se recurrió a una entrevista a profundidad con la experta de *e-commerce* en la Promotora de Comercio Exterior, doña Laura Quesada, quien posee una Maestría en *Marketing* Digital y E-Commerce, además, ha trabajado 12 años en la Promotora de Comercio Exterior y tiene 16 años de estar activa en el ámbito laboral. La entrevista fue

sumamente provechosa para obtener información de una especialista en el tema.

La entrevista sirvió para obtener información sobre los principales retos y oportunidades del comercio electrónico en Costa Rica. Asimismo, se afirmó que se debe incentivar al emprendedurismo costarricense y de qué forma se puede motivar a los empresarios para que pierdan el temor de exportar productos o servicios que no sean los tradicionales, como el café, el banano o la piña.

Entre los resultados obtenidos, se encuentra la gran problemática con la que cuenta Costa Rica con respecto al *e-commerce*: no hay legislación para regular estas aplicaciones, como sucedió con Uber Costa Rica. Sin embargo, el ingreso de Uber obligó a los taxistas a crear sus propias aplicaciones.

Costa Rica se ubica de primera en temas tecnológicos en Centroamérica, sin embargo, no se han visto grandes cambios en ámbitos como el comercio electrónico, además, los empresarios aún tienen problemas con la factura electrónica. Esto se debe erradicar e incentivar el uso de aplicaciones tecnológicas para la reactivación de la economía costarricense.

El país cuenta con la capacidad y el recurso humano suficiente para desarrollar el capital tecnológico que se proponga, no obstante, debe trabajar en la legislación y la jurisdicción, además de respaldar a los consumidores y proveedores.

La Promotora de Comercio Exterior ha impulsado grandes esfuerzos, la ministra actual, Dyalá Jiménez, ha buscado la forma de crear más espacios de trabajo, el ministro de Ciencia y Tecnología ha luchado por conseguir cooperación internacional, logrando relaciones con países como Japón o Estados Unidos. Pero, por bienestar de Costa Rica se debe seguir trabajando fuerte para llegar a tener una Costa Rica desarrollada en el ámbito tecnológico.

Se le responderá la pregunta de investigación, Costa Rica ha empezado con la implementación de aplicaciones de *e-commerce* como Uber, Go Pato o Glovo. El ingreso tecnológico a la cultura costarricense ha sido complejo, sin embargo, se ha comprobado que este puede ser un recurso sumamente poderoso, con buen asesoramiento.

El país se debe enfocar en brindar una buena imagen internacional para la atracción de capital extranjero, por medio de inversionistas o de turismo, sacando provecho de las instituciones gubernamentales que poseen grandes cualidades, además de tener personal

costarricense en diferentes países.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se propondrán las conclusiones, así como las recomendaciones finales del trabajo. El *e-commerce* es la nueva tendencia en el ámbito mundial y, por lo tanto, debe regularse.

Las recomendaciones se dirigen al Gobierno de Costa Rica y organismos internacionales. Con la cuarta revolución industrial ya establecida, se deben realizar grandes esfuerzos para que la comunidad internacional supla las necesidades para que el *e-commerce* conjuntamente y las *start-ups* se puedan desarrollar de la mejor manera.

En cuanto a Costa Rica, se presentará como un país en desarrollo tecnológico, con potencial para atraer a la Inversión Extranjera Directa.

5.1 Conclusiones

Cómo conclusión general, queda claro que Costa Rica debe trabajar arduamente y tomar como ejemplo a las potencias mundiales en tecnología como Estados Unidos, México, China, Japón, España, Alemania, Chile, entre otros. Estas naciones han trabajado en obtener infraestructura de primer nivel, así como generar todos los recursos necesarios para que las tecnologías se desarrollen de forma segura, tanto para los consumidores como para los vendedores. Asimismo, han brindado capacitaciones y cursos para incentivar a que los pobladores de cada potencia tecnológica mencionada utilicen estas aplicaciones o páginas *web*.

Las conclusiones obtenidas con los objetivos establecidos son las siguientes: se logró denotar la transición que ha llevado al mundo a la cuarta revolución industrial y cómo los países deben implantar estrategias tecnológicas. Israel, Estados Unidos y Chile son potencias en tecnología en las que los gobiernos de respaldan proyectos digitales como los mencionados.

Israel posee un amplio mercado de *start-ups* que desarrollan proyectos estratégicos, Estados Unidos y Chile utilizan el *e-commerce* para producir ganancias económicas, además, brindan seguridad y respaldo a las pymes (especialmente en Chile). EE. UU. posee la mayor plataforma virtual de *e-commerce*: Amazon. Además, en el continente asiático el desarrollo comercial, por medio de plataformas virtuales, ya se ha vuelto una costumbre.

Costa Rica apenas comienza a dar sus primeros pasos en digitalización, sin embargo,

deberá enfocar mayores esfuerzos para informar a la población y respaldar a los usuarios y vendedores. Sin embargo, brindar las herramientas necesarias generará ingresos frescos a Costa Rica y, del mismo modo, se producirán empleos directos e indirectos, como sucedió en Chile o en España.

Costa Rica requiere de la inversión extranjera directa y relacionarse con el *e-commerce* para disminuir el desempleo y plantear una solución a la crisis fiscal. Además, la creación de la marca *Esencial Costa Rica*, permitirá potencializar al país en el ámbito internacional.

La Inversión Extranjera Directa en el desarrollo del comercio electrónico en Costa Rica no ha trascendido, ya que no se cuenta con las capacidades en cuanto a infraestructura. Sin embargo, las *start-ups* han generado mayor inversión extranjera directa en otros países desarrollados, como sucede en el caso de Watergen, que se ha logrado internacionalizar. En Costa Rica se encuentra una *start-up* que se enfoca en la ciberseguridad, no obstante, a pesar de los grandes esfuerzos del gobierno de Costa Rica con la creación de *Esencial* todavía no es un mercado atrayente.

La Inversión Extranjera Directa es fundamental porque genera empleos, además invita a aumentar las exportaciones. Un ejemplo de esto es APM Terminals o Amazon, Costa Rica ha realizado esfuerzos para atraer inversión extranjera. Sin embargo, por la inseguridad del país, así como los casos de corrupción o la crisis económica, ha dejado de ser un mercado atrayente. No obstante, en términos generales, la población del país tiene más formación en cuanto a idiomas y en tecnología.

La posición del gobierno costarricense es fundamental para la estabilización del país, se debe incentivar a que los habitantes pierdan el temor de comenzar su propio negocio y la posición del país claro en comenzar con la digitalización, a través de proyectos como la implementación de la factura digital obligatoria.

Como se mencionó, las leyes nacionales son ambiguas, no se adaptan a lo que se requiere para empezar con el *e-commerce*. La posición del gobierno es trasladarse a lo digital, no obstante, primero debe realizar grandes cambios, crear nuevas políticas económicas basadas en las tendencias digitales, instruir a las empresas a que tengan sus propias plataformas comerciales o páginas en Internet, etc.

A lo largo de la historia de Costa Rica se ha caracterizado por tres productos exportación de café, banano y turismo, recientemente se ha añadido la piña, pero si se desea percibir grandes réditos debe comenzar a exportar servicios tecnológicos.

Costa Rica es un país con una proyección tecnológica muy próspera, sin embargo, se debe comenzar a instruir sobre cómo lograr que las empresas costarricenses desarrollen habilidades tecnológicas. Algunas de las empresas extranjeras en Costa Rica les solicitan a sus colaboradores que estudien carreras tecnológicas, sin embargo, no se ha logrado desarrollar a cabalidad el *e-commerce*. Se debe incentivar a las pymes y a las empresas nacionales para que pierdan el temor a exportar, asimismo, educar a la población costarricense en tecnología.

Entre los principales retos que enfrenta Costa Rica, se encuentran aspectos culturales de la población costarricense, que en muchas ocasiones no cuentan con la iniciativa necesaria, además, se destaca el poco apoyo para los productos costarricenses y el temor a exportar productos. Asimismo, destaca la falta de estrategias entre instituciones gubernamentales para apoyar a las pymes y capacitar en el ámbito del *e-commerce* o de *start-ups*.

Entre las principales oportunidades se encuentra reactivar la economía con una solución distinta al aumento de impuestos, se crearán mayores oportunidades de empleo y disminuirá la cifra del 12 % desempleo. Las pymes perderán el temor de vender sus productos en mercados internacionales y en el mercado nacional. Se presentarán mayores oportunidades de cooperación internacional, como el caso de becas escolares. Se debe incentivar a los jóvenes para que estudien carreras en áreas tecnológicas y motivarlos para que sean sus propios jefes.

Otro impacto que tendría la adopción del *e-commerce* sería el auge de nuevas pymes costarricenses y un nuevo tipo de cultura empresarial, respaldada por el gobierno de la República de Costa Rica.

En cuanto a los principales retos y oportunidades para el país, con base en las Relaciones Internacionales: se promoverían con mayor vehemencia los Tratados de Libre Comercio, además, se podrían vender aplicaciones comerciales para las embajadas o consulados, para que los usuarios tengan la información requerida de una manera más accesible. Los Organismos Internacionales tendrán una mayor regulación sobre las plataformas de comercio para que puedan desarrollarse de forma internacional y captar inversión extranjera.

5.2 Recomendaciones

Las recomendaciones corresponden tanto al gobierno costarricense como a Organismos Internacionales, como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial o la Organización Mundial del Comercio.

Primero, se le recomienda a la Organización Mundial del Comercio, buscar soluciones para regular las plataformas de *e-commerce* que tomen en cuenta que la tecnología todos los días avanza y el *e-commerce* es la nueva manera de comercializar, además de que unifica al mundo. Deben tomar decisiones más eficazmente, con el fin de que los países miembros puedan moderar las plataformas en sus territorios y no encerrarse con el pensamiento de que la tecnología es perniciosa o que disminuirá la oferta de empleo.

En segundo lugar, se le recomienda a la empresa Amazon, la pionera del *e-commerce* en el ámbito mundial, brindar charlas a los gobiernos sobre las ventajas del comercio electrónico. Los gobiernos, en lugar de rechazar la tecnología, deben reconocer los beneficios que representa.

En tercer lugar, se le recomienda al Gobierno de Costa Rica legalizar a empresas Uber, que se acabe la persecución en contra de los colaboradores. El Estado debe comprender que imponer impuestos a todos los productos, incluyendo plataformas como Spotify o Netflix, propiciará que la población no desee consumir estos servicios. Por el contrario, deben buscar alianzas estratégicas con estas empresas para encontrar soluciones, con el fin de ofrecer productos tecnológicos seguros a un precio justo.

En cuarto lugar, se le recomienda nuevamente al Estado costarricense capacitar al recurso humano en áreas tecnológicas desde edades tempranas para que cuando crezcan tengan un mejor conocimiento de tecnología. Se deben brindar capacitaciones tanto a la población como a las empresas costarricenses y proveer la seguridad requerida para que se obtenga la confianza en el *e-commerce* y las *start-ups* nacionales. Además, se debe mejorar la infraestructura, con el fin de que el país logre desarrollar tecnológicamente y que sea un mercado más atractivo para la inversión extranjera.

Finalmente, se enuncia la recomendación para futuras investigaciones sobre el *e-commerce* y las Relaciones Internacionales. Costa Rica cuenta con gran cooperación internacional, con países de primer nivel en cuanto al desarrollo tecnológico, como Japón, estos

ofrecen becas estudiantiles. Se sugiere investigar este tipo de incentivos en la cancillería, con el fin de lograr un mejor país en el que todos cuenten con las herramientas tecnológicas necesarias en el ámbito de la tecnología.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia AFP. (2019). 75 países empiezan a negociar en la OMC para regular el comercio electrónico. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/75-paises-empiezan-negociar-omc-regular-comercio-electronico-256812>
- Alaniz, A. y López, A. (2013). Estudio Comparativo de la Legislación de la Unión Europea y la Legislación Costarricense. Recuperado de: <http://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/La-Compra-Venta-Electr%C3%B3nica-Estudio-Comparativo-de-la-Legislaci%C3%B3n-de-la-Uni%C3%B3n-Europea-y-la-Legislaci%C3%B3n-Costarricense.pdf>
- Alvarado, D. (2014). Un acercamiento a la brecha digital en Costa Rica desde el punto de vista del acceso, la conectividad y la alfabetización digital, junio 2014. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/12866/12469>
- Ávila, L. (2018). Después de 45 días el gobierno mantiene posición: Uber es ilegal, pero, no desconectará plataforma. El Financiero. Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/despues-de-45-dias-gobierno-mantiene-posicion/J5WQSJLAAVHSFNH7GDWVFMBTG4/story/>
- Avilés, D., Cáceres, M. y Leiva, N. (2011). El Uso de E-Commerce en las nuevas generaciones (Seminario de Título). Chile. Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108033/ec-aviles_e.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Boix, E. (2016). Identifica las oportunidades de mercado de tu ecommerce. Recuperado de <https://observatorioecommerce.com/identifica-las-oportunidades-mercado-ecommerce/>
- Carlotti, L. (2017). Transformación digital: un reto para Costa Rica. La Prensa Libre. Recuperado de <http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/121855/transformación-digital:-un-reto-para-costa-rica>
- Carrasquero, A. (2014). Inversión extranjera directa. Recuperado de <http://www.inversion->

es.com/inversion-extranjera-directa.html#Tipos

CIO, América Latina, visa: Comercio electrónico creció un 42,8 % en América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://www.cioal.com/2012/05/20/visa-comercio-electronico-crecio-un-428-en-america-latina-y-el-caribe/>

De la Herra, C. (2017). Influencers y Social Media: La importancia para las marcas. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.mx/influencers-social-media-importancia/>

DHL. (2018). El e-commerce para estados unidos. Estados Unidos. Recuperado de <https://www.exportacondhl.com/blog/ecommerce-estados-unidos/>

Flores, B. (2017). Comercio electrónico es el siguiente paso para las pymes. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/comercio-electronico-es-el-siguiente-paso-para-pymes>

Fresh commerce. (2014). Historia del e-commerce. Estados Unidos. Recuperado de <https://www.freshcommerce.es/blog/historia-del-ecommerce/>

Gamboa, F. (2017). Evolución de los flujos de comercio internacional de Costa Rica tras los tratados de libre comercio. Costa Rica. Recuperado de <http://www.tlc.estadonación.or.cr/documentos/modulo-2/1-evolucion-flujos-comercio-int-pen.pdf>

Gobierno de Costa Rica: Ministerio de Economía y Comercio. (2018). Informe de Resultados III Encuesta Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Costa Rica. Costa Rica. Recuperado de <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/pyme/2018/estadopyme/informe.pdf>

Gobierno de Costa Rica: Ministerio de Economía y Comercio. (2019). Pymes del Sector Alcanzaron Mayor Generación. Costa Rica. Recuperado de <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/917/pymes-del-sector-servicio-alcanzaron-mayor-generación-de-empleo.php>

Gobierno de México: Secretaría de Economía. (2015). Inversión Extranjera Directa. México.

Recuperado de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/inversión-extranjera-directa>.

González, B. (2018). Las 5 mejores plataformas de E-Commerce en Chile. Chile. Recuperado de <https://www.bsale.cl/article/las-5-mejores-plataformas-de-ecommerce-en-chile>

Granados, G. (2018). Costa Rica carece de insumos en ciberseguridad. Diario Extra. Recuperado de <http://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/374340/cr-carece-de-insumos-en-ciberseguridad>

Gutiérrez, A. (2018). El comercio electrónico en EE. UU. alcanzó los \$453.460 millones de facturación en 2017. Recuperado de <https://ecommerce-news.es/comercio-electronico-ee-uu-alcanzo-los-453-460-millones-facturacion-2017-74337>

Guzmán, S. (2013). Concepto de Negocios Online (E-commerce o Comercio Electrónico): La tendencia Mundial. Recuperado de <https://negociosonlineymas.blogspot.com/2013/11/concepto-de-negocios-online-la-tendencia.html#comment-form>

Kerpen, D. (2018). 70 Israeli Startups You Need to Follow. Recuperado de <https://www.inc.com/dave-kerpen/70-israeli-startups-you-need-to-follow.html>

Lane, A. (2016). Hablemos sobre startups: qué son, sus características e importancia. Recuperado de <https://es.shopify.com/blog/14934065-hablemos-sobre-startups-que-son-sus-caracteristicas-e-importancia>

Lane, A. (2016). Hablemos sobre startups: qué son, sus características e importancia. Recuperado de <https://es.shopify.com/blog/14934065-hablemos-sobre-startups-que-son-sus-caracteristicas-e-importancia>

Melgar, J. (2016). 5 Apps desarrolladas en Costa Rica. Ilifebelt. Recuperado de <https://ilifebelt.com/5-apps-desarrolladas-en-costa-rica/2016/10/>

Monge, R. y Céspedes, O. (2002). Costa Rica hacia la Economía Basada en el Conocimiento, San José, Costa Rica: Fundación CAATEC.

Muñoz, J. (2015) 5 Características que definen a las Startups y que no deberías olvidar.

Recuperado de

<http://www.nunkyworld.com/5-caracteristicas-que-definen-a-las-startups-y-que-no-deberias-olvidar/>

NC Once. (2019). Esteban Sequeira: Generamos más de 200 empleos adicionales. Recuperado de

<http://www.repretel.com/actualidad/esteban-sequeira-generaremos-mas-de-200-empleos-adicionales-143971>

Nelson, J. (2018). Ecolones gana concurso de innovación y competirá con otras Startups en Nueva York. El Financiero. Recuperado de

<https://www.elfinancierocr.com/pymes/ecolones-gana-concurso-de-innovación-y-competira/XPW45VKIMJBAPGW5C44MP7G6TQ/story/>

Orellana, G. (2018). Comercio electrónico en Chile mueve US\$ 5.000 millones y es el país con mayores transacciones per cápita de Latinoamérica. La tercera. Recuperado de

<https://www.latercera.com/pulso/noticia/comercio-electronico-chile-mueve-us-5-000-millones-pais-mayores-transacciones-per-capita-latinoamerica/460856/>

Organización Mundial del Comercio. (2018). Comercio electrónico. Recuperado de

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm

Pardo, A. (2015). GO PATO: Mandaderos de pico y alas. La Nación. Recuperado de

<https://www.nación.com/viva/moda/gopato-mandaderos-de-pico-y-alas/WEBM7TWCN5E4DJQWM3AJICGRXM/story/>

Promotora de Comercio Exterior. (2019). Portal Económico de Comercio exterior. Recuperado de

<http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>

Ramírez, A. (2014). Análisis y Perspectivas del Comercio Electrónico en México. México.

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5101932.pdf>

Ríos, A. (2014). Comercio electrónico. Recuperado de

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm

- Romero, A. (s. f.). Globalización y pobreza. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/AR-glob-libro.pdf>
- Russo, M. (2014). La importancia del idioma y la traducción en el comercio electrónico. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/76/21987/lal-importancia-idioma-traducción-comercio-electronico.html>
- Secretaría de Economía. (2016). ¿Qué es la Inversión Extranjera Directa? Recuperado de <https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-la-inversion-extranjera-directa>
- The International Trade Administration. (s. f.). Israel. Recuperado de <https://www.export.gov/article?id=Israel-eCommerce>
- The Observatory of Economic Complexity (s. f.). Israel. Israel. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/isr/>
- The Observatory of Economic Complexity. (s. f.). Chile. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/chl/>
- The Observatory of Economic Complexity. (s. f.). Estados Unidos. Estados Unidos. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/usa/>
- Torres, L. (2018). Estas tendencias que cambiarán el comercio electrónico. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/308141>
- Universia España. (2018). España. Recuperado de <https://noticias.universia.es/educacion/noticia/2018/01/25/1157683/papel-comercio-electronico-actualidad.html>
- Urbano, S. (2016). 5 características clave de una plataforma Ecommerce. Recuperado de <https://www.actualidadecommerce.com/5-Características-clave-una-plataforma-ecommerce/>