

# EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD COSTARRICENSE

Yorlenny Salas Araya\*

Mauricio Fernández Araya\*\*

## RESUMEN

El comercio electrónico se presenta en la sociedad costarricense como una nueva forma de realizar negocios, como una estrategia de las compañías para mantener competitividad y como forma de mostrarse y expandirse a través de todo el mundo. Sin embargo, como todo proceso nuevo, el e-commerce trae consigo transformaciones y temores que se deben superar. Es también un cambio cultural y requiere, sin duda, un proceso de educación para lograr incorporarlo en la cotidianeidad.

Requiere además cambios en el aparato legal, económico y social de nuestra sociedad.

Este trabajo presenta algunos de los factores que se deben superar y algunos beneficios que el comercio electrónico puede traer a nuestra sociedad.

**Palabras clave:** Comercio Electrónico, Intercambio de datos, tecnología de información.

## ABSTRACT

E-Commerce is introduced to the Costa Rica community as a new way to make bussinnes, as a way to keep companies competitive and as a way to grow and expand all over.

The world nevertheless as a new process, e-commerce brings changes and fears that need to be faced. its also a cultural change and needs indeed, an educational process in order to incorporate it to every day life.

It also requires changes in our law, social and economical systems.

This project shows some factors to be improved and benefits that e-commerce can give to our society.

**Keys words:** E-Commerce, Data Interchange, Information technology.

---

\* Universidad de Costa Rica - Sede de Occidente.

\*\* Universidad de Costa Rica - Sede de Occidente.

*“En los últimos años, Internet paso de ser únicamente una red científica para convertirse en una plataforma que abre las puertas a una nueva generación de negocios”<sup>1</sup>.*

## Introducción

Esta plataforma denominada Internet vio nacer a una robusta y sólida forma de hacer negocios llamado E-Business o Comercio Electrónico, el cual emplea una muy buena estructurada de comunicación telemática para realizar negocios entre dos o más PC conectadas a la red. Sin duda el Comercio Electrónico es un concepto relativamente nuevo, debido al rápido avance de la tecnología.

Aunque principalmente es un fenómeno económico, el comercio electrónico forma parte de un proceso más amplio de cambio social, afectando directamente a personas de todas las edades, en nuestra sociedad, sociedad que se ve influenciada directamente por factores tecnológicos como la Internet y su bombardeo publicitario, así como otros factores tecnológicos ajenos a la red, pero que no dejan de ser formas de comercialización, como las ventas por TV y por teléfono. Cabe mencionar que el E-Business no sólo es la interacción de un usuario con la PC, Internet y una página de E-Commerce en la web. También es un intercambio de datos denominado EDI por sus siglas en inglés que daba una aproximación a un comercio electrónico sin Internet, es claro que con la aparición de la Internet esta forma de comercialización y venta de productos pasó a un segundo plano, casi en el olvido.

Hoy en día el Comercio Electrónico se está presentando en nuestra sociedad como uno más de los procesos sociales, más grandes que se han presentado en nuestra historia. Ante esto surge la

pregunta ¿Es hoy el Comercio Electrónico un agente de cambio para nuestra sociedad? Fácilmente se puede concluir que sí, ya que presenta una serie de aspectos modificadores, de la cultura del comprador, del ama de casa, del joven que busca un libro, o incluso en los negociantes, personas que ya no hacen fila en los bancos. Pero no sólo estos aspectos se ven influenciados por el comercio electrónico, podemos hablar que éste trae consigo efectos sociales que repercuten directamente en el tiempo de las personas, en factores como ética y raza, género, Invalidez, y los negocios pequeños, entre otros.

## ¿Qué es comercio electrónico?

A inicios del siglo XXI, hablar de comercio es muy común, ¿quién no ha comprado unos zapatos o realizado una transacción bancaria?, Prácticamente el tema es totalmente explorado por la mayoría de la población. Pero el comercio electrónico nos lleva hasta otro nivel, uno que nos introduce en un mundo virtual donde la interacción con los elementos que la acompaña es intangible pero que tienen un espacio en nuestro mundo.

El comercio electrónico es un concepto de negocio, que como se explica en un artículo publicado por Baquia.com<sup>2</sup> donde dice que “*el comercio electrónico consiste en la utilización de la Informática y las telecomunicaciones para canalizar los flujos de información y transacciones de negocios existentes entre una empresa y sus interlocutores de negocio habituales*”<sup>3</sup>, pero no sólo se busca la interacción, también se busca producir cambios de procesos en las organizaciones, de nuevas formas de abordar las relaciones comerciales entre las empresas, y que, evidentemente, se

sustenta sobre una base tecnológica para llevar a cabo su cometido; pues bien, Internet no es ni más ni menos que eso: una nueva plataforma técnica sobre la cual asentar los conceptos, los fundamentos y la filosofía del comercio electrónico.

Evidentemente las características de la red Internet y de sus tecnologías asociadas han causado un “boom” del comercio electrónico, especialmente del asociado al consumidor final (Business-to-Consumer, o B-C); la ubicuidad de la Red, las capacidades multimedia de las tecnologías asociadas a Internet y la facilidad de uso de las mismas, permiten a muchos negocios poder hacer llegar su oferta a millones de potenciales consumidores, quienes pueden navegar por la Red, buscando y seleccionando los productos o artículos que deseen adquirir de entre los cada vez más frecuentes centros virtuales de compra.

Todos los pronósticos apuntan a que el comercio electrónico será la estrategia clave para que las empresas mantengan o aumenten su competitividad en los mercados globales.

Costa Rica no es la excepción ante estas nuevas formas de hacer negocios, aunque el ingreso es paulatino por parte de las empresas, cada día se incorporan nuevas compañías a esta forma de negociar. Y no sólo ofrecen sus productos sino que también realizan la transferencia en su totalidad, a continuación veremos algunos de los ejemplos que se tienen en este país.

### **Comercio electrónico en Costa Rica**

El desarrollo de Internet en nuestro país no ha tenido el mismo auge que a nivel internacional; sin embargo, varias

empresas costarricenses ya incursionan en el ciberespacio, no sólo para promocionar sus productos, sino para venderlos. En este momento pueden encontrarse varios productos que van desde los licores hasta la comida caliente.

“El comercio electrónico es una nueva forma de establecer relaciones comerciales”, opina, por su parte, Peter Benedetto, gerente de ventas y mercadeo de Ticonet CSI, empresa que ha diseñado la tienda virtual de regalos Inusuales. ([www.ticonet.co.cr](http://www.ticonet.co.cr).)

Existe un sitio en el que se puede satisfacer su antojo por una ensalada, un sándwich lápiz o un pastel, es la cadena de restaurantes Spoon, (<http://www.spoon.co.cr>), en cuyo sitio usted puede ver fotografías de algunos de los productos más famosos de la cadena, y también puede ordenar un paquete de almuerzo de entre varias opciones.

Otra empresa nacional que ofrecen este tipo de comercio a la sociedad es Lacher & Saenz, la cual ofrecen servicios a través de Internet, según representantes de L&S, sus clientes están satisfechos por los servicios que ésta brinda, ya que de tal manera no gastan dinero en viajes a San José.

Por otro lado, la empresa Capris S.A. ha desarrollado el sitio ProveeduríaTotal.com, que ofrece a sus clientes una amplia gama de productos. Sus clientes sólo tienen que pedir el producto y se les llevará a la puerta de su casa.

Otro sector que incursionado fuertemente en el desarrollo de estrategias orientadas a los negocios y la atención vía Internet es la banca estatal y privada. El banco de Costa Rica, El Banco Nacional, Banex, Banco FINADESA, entre otros, representan empresas dedicadas a incursionar en esta nueva forma de ofrecer atención y servicio a sus cliente. Estos sitios van desde los que solamente

ofrecen información del banco, hasta aquellos donde los clientes pueden realizar transacciones vía Internet. Estas transacciones pueden ser pagos, transferencias y consultas a las cuentas, además de la tradicional información del banco y los servicios que ofrece.

Otra de las empresas que más éxito ha tenido comercializando sus productos en Internet es sin duda Café Britt, esta empresa posee uno de los sitios de comercio electrónico mejor organizado de este país, logrando así acceder a mercados mundiales donde de otra forma sería muy costoso y difícil comercializar sus productos.

Existen otras empresas que en menor medida ofrecen sus productos a través de la red, pero éstas sólo muestran sus productos y sus precios. Generando una forma no tan completa del proceso.

Cada día son más las empresas que inicia su desarrollo en la “supercarretera de la información” y Radiográfica Costarricense en un intento por ayudar a todas estas organizaciones publica anualmente una Guía de “Servicios de infocomunicaciones” donde presenta un directorio con las direcciones y los correos electrónicos de todas las empresas que ha abierto algún sitio Web para comerciar sus productos o servicios. Esta guía la puede adquirir, de forma gratuita, cualquier costarricense en las oficinas de Racsa en San José y de esta forma poder acceder a las diversas empresas virtuales de este país.

El trabajo que han realizado estas empresas para poder mantenerse en el mercado nacional no ha sido fácil, ya que se necesita una reingeniería total de la empresa para poder generar un valor especial al cliente. Las empresas deben conectar empleados, automatizar la fuerza móvil de ventas y sus cadenas de suministros.

La dificultad de entrar a esta forma de negocios es bien marcada, sin embargo no es imposible, la empresa debe afrontar cambios con el cliente y con su infraestructura.

El pago de los productos es uno de los principales problemas que afecta a las compras por el Web, ya que existe un temor a ser estafados, para enfrentar esta situación es necesario comprender el proceso de pago electrónico dentro del E-commerce.

### **Escollos con el pago electrónico**

Antes de hablar del pago de una compra en la Internet primero es importante anotar las alternativas que tienen los clientes para cancelar una compra en Costa Rica. Una forma de pagar es realizar un depósito previo para la entrega del pedido, sin embargo, esta no es muy acogida por los consumidores, debido a la desconfianza de que una vez realizado el pago el producto no sea entregado a conformidad. Otra forma de pago que Proveduriatotal.com esta implementando es el servidor seguro, mediante el número de tarjeta se puede realizar la compra y pagar de inmediato, ya sea que se le descuenta de una cuenta de ahorros o se le cargue a la tarjeta de crédito. También existe el método de pago contra compra, en donde, cuando se recibe el pedido, se cancela el monto de la misma en efectivo.

Uno de los principales escollos en el desarrollo del comercio electrónico nacional, ha sido la oposición de las compañías de tarjetas de crédito en Costa Rica para aceptar transacciones electrónicas, pues en ellas no se recoge la firma del cliente por escrito, según coinciden algunos expertos consultados.

Esto ha provocado que muchos sitios sólo acepten pagos en efectivo, y que otros hayan buscado convenios con empresas de este tipo en el extranjero.

De esta forma podemos visualizar un comercio electrónico incompleto ya que lo que realmente hacen las empresas son transacciones en las que ofrecen sus productos por Internet y los clientes realizan sus pedidos a través de ésta, la cancelación de estos productos se hace por medio de alguna cuenta bancaria, en forma personal o cuando el pedido llega, pero este último mecanismo es por el que menos optan las compañías debido a que no cuentan con un respaldo para sufragar los gastos de envío y pérdidas.

Esta es una de las principales razones por la que varios autores consideran que en Costa Rica no existe un verdadero comercio electrónico ya que siempre va a haber un hombre en la puerta pidiendo nuestra firma.

Por otra parte existe el temor por parte de los costarricenses para enfrentarnos a esta tecnología, principalmente a ser estafados.

Sin embargo, algunas compañías de tarjetas de crédito parecen haber empezado a cambiar de idea con respecto a las transacciones digitales. Por ejemplo el Banco BANES ha desarrollado un sistema de tarjetas de crédito temporales las cuales son creadas con un fin limitado, una compra, un día, o un monto definido y luego son deshabilitadas, lo que disminuye la posibilidad de desfalcos y pérdidas monetarias.

## Consumidores en Costa Rica

Considerando el estudio realizado en Costa Rica, por B y S Consultores, CID Gallup y La Nación<sup>4</sup> en el que se consulta,

entre otros aspectos, por el acceso a Internet y el uso de la misma, se puede concluir que existen aproximadamente 300,000 personas con acceso a Internet ya sea desde sus casas u oficinas. El crecimiento estimado anual es de 30,000 personas. Actualmente el 14% realizan compras por Internet, lo que representa aproximadamente 28,000 personas por lo tanto el crecimiento anual de compradores es de 4,200 personas.

Entre otras características de los actuales internautas costarricenses que han realizado compras por Internet se puede destacar los siguientes:

- Que la mayoría de los artículos que adquieren son software, hardware, música, libros y revistas. Esto se debe principalmente a las facilidades de envíos de estos productos, ya que son adquiridos en su mayoría en sitios de Estados Unidos.
- El acceso a Internet se a duplicado en los últimos años y la tendencia muestra que se puede esperar el mismo crecimiento anualmente.
- Las personas que acceden la red de Internet en Costa Rica pertenecen a un nivel socioeconómico medio alto y alto, con estudios universitarios y con edades entre 18 a 40 años.
- La mayoría de personas que utilizan Internet lo hacen desde su centro de trabajo o de estudio, por lo cual la mayor demanda se presenta en los días laborales, reduciéndose el fin de semana.

Hoy por hoy, los costarricense que realizan compras por Internet adquieren principalmente libros y discos desde

Amazon.com y CDNow.com. El nivel de ventas de los sitios costarricenses aún se considera bajo por los propios empresarios del comercio electrónico. Salvo de algunos sitios orientados a segmentos ubicados en el exterior, como el de Café Britt.

Otro de los factores válidos que interfieren en el crecimiento del acceso a Internet y por consecuente en el crecimiento del comercio electrónico son los impulsos que nuestro gobierno ha hecho como aporte a la enseñanza en cuanto a tecnología para las escuelas y colegios.

### **Políticas gubernamentales:**

Las políticas gubernamentales que se han venido impulsando en Costa Rica desde la década de los 80 han contribuido a una mayor "Culturalización" de los niños y adolescentes en el área tecnológica, también han promovido el acceso a Internet, por ejemplo de esas políticas nació la creación de la Fundación Omar Dengo (para impulsar el uso de computadoras en las escuelas y colegios), mecanismos tendientes a promover el uso de Internet, aplicando reducción de tarifas, convenios con bancos estatales para que la adquisición de equipo y acceso a la red a través del financiamiento, la creación del sitio Costarricense.com, con la intención de que todos los costarricenses puedan tener y utilizar una cuenta de correo.

El programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano (PNUD) dio a conocer el índice de Adelanto Tecnológico (IAT) en el que se trata de reflejar en qué medida un país está creando y difundiendo tecnología y construyendo una base de conocimientos humanos y, por ende, su capacidad para tomar parte en las innovaciones tecnológicas de hoy

Costa Rica aparece clasificado como un líder potencial junto con México, Argentina y Chile. Este índice trata de "*medir la preparación de los países para participar en la Era de las Redes, producto de las dos más grandes transformaciones recientes: las llamadas nuevas tecnologías (biotecnologías, tecnología de la información y las comunicaciones y la nanotecnología) y la globalización del comercio*".

El aparato legal de esta país ha ido evolucionando a paso lento, sin embargo hoy en día se pueden percibir cambios en la legislatura que apuntan hacia un comercio electrónico seguro en Costa Rica.

Según el Poder Judicial<sup>5</sup>, Costa Rica ha realizado cambios en leyes como la Ley de derechos de autor donde se modifica y amplía el artículo 47 de la constitución política, el cual hace referencia a que las producciones del talento son una propiedad de su autor, y se regirán por leyes especiales. En esta modificación se amplía la Ley de derechos de autor para incluir los programas de cómputo y otros desarrollos informáticos como sitios Web.

Otras leyes que ha evolucionado son las leyes que protegen a los ciudadanos contra estafas y la creación de la oficina de la Defensoría de los habitantes como métodos para garantizar un comercio justo y ordenado.

Existen además organismos internacionales que promueven el desarrollo de estrategias de cambio en la legislación de los países que incursionan en el comercio electrónico, una de estas entidades es la Organización de Naciones Unidas (ONU) la cual en 1996 firmó un acuerdo llamado UNCITRAL en el cual ofrecen "modelos legales y principios fundamentales que eliminan la burocracia, así como las barreras legales que imposibilitan el comercio electrónico"<sup>6</sup>

Sin duda es mucho lo que falta por recorrer en cuanto a un cambio en

la legislación nacional, empero se puede apreciar interés gubernamental por evolucionar las leyes para propiciar el desarrollo de esta nueva forma de comercio.

### **Implicaciones sociales de comercio electrónico**

*“Aunque principalmente es un fenómeno económico, el comercio electrónico forma parte de un proceso más amplio de cambio social”*<sup>7</sup>. Como un producto y manifestación de tales transformaciones, el comercio electrónico está formándose, y cada vez formará, la sociedad moderna en conjunto. Los factores sociales tendrán una influencia profunda en su desarrollo futuro. Es de esta forma relevante ver y cuantificar la relevancia del impacto del comercio electrónico en la sociedad costarricense.

A lo largo de la historia, se han presentado procesos sociales de varios tipos; en la actualidad el comercio electrónico está penetrando en nuestra sociedad y resulta importante identificar los procesos sociales que están debajo de mercados electrónicos y que determinan su viabilidad.

Uno de estos aspectos es la conectividad. Para participar en comercio electrónico como consumidores, un alto porcentaje acceden Internet desde sus casas, este acceso implica costos de una suscripción al servicio de Internet, de uso de la conexión de la red, el hardware (una PC y un módem), adquisición de habilidades. *“Por tales costos, se estima que los usuarios de Internet suelen ser profesionales y con ingresos superiores al promedio nacional”*<sup>8</sup>.

Unido al problema de la *“conectividad”* se encuentra el impacto socio-económico. Muchas de las empresas y pequeños negocios se encuentran en etapas primarias

en lo que a comercio electrónico se refiere. El tomar la decisión de si se opta por esta nueva corriente tecnológica, implica realizar cambios en la infraestructura e inversiones en equipo y recurso humano, además, depender de un único proveedor de servicio de conexión a la red de Internet (RACSA), lo cual suele generar dudas y desconfianza.

Sin embargo hoy por hoy, estos pequeños empresarios pueden percibir cómo otras organizaciones nacionales ya disfrutan de los beneficios de realizar negocios mediante comercio electrónico.

Otro aspecto importante es el nivel educativo de los usuarios. Las habilidades y el grado de alfabetización digital y la familiarización con la computadora; son sin duda alguna implicaciones muy importantes a la que se enfrenta la sociedad costarricense. No todas las personas tienen este tipo de habilidad, con lo que puede reducir la participación hacia el comercio electrónico por parte de varios segmentos de la población nacional.

Costa Rica no se ha quedado atrás y ha impulsado estrategias gubernamentales que permitan aumentar esta alfabetización digital. Uno de estos proyectos pretenden a mediano plazo que todos los costarricenses reciban educación en materia informática en primaria y/o secundaria. Otro es el brindar acceso a la red en forma gratuita desde todas las oficinas de correo del país.

Es importante comprender que a mayor grado de alfabetización digital, mayor será la confianza que tanto el cliente, como el comerciante, posean en esta forma de realizar negocios.

La confianza que el usuario tenga en la forma de comercio elegida representa otro factor clave en el éxito de esta forma de comercio. Un riesgo específico es la posibilidad de que la información

personal o corporativa puede revelarse o pueda emplearse erróneamente. Las personas se muestran resistentes a revelar su información personal o bancaria, las preocupaciones hacia la seguridad de las transacciones, son una barrera al crecimiento de comercio electrónico.

Por otra parte, existe un segmento poblacional muy importante, la población adulto mayor costarricense. Esta población tiene costumbres muy arraigadas en cuanto a los negocios, el trato personal y la conversación son aspectos importantes para realizar negocios. Es por esto que, siempre vamos a encontrar personas haciendo fila en los bancos, comprando en la feria del agricultor, negociando personalmente sus bienes y desarrollando cualquier actividad comercial frente a frente.

Sin embargo, es de esperarse que con el paso del tiempo, estos y otros factores que hoy pueden representar resistencia, disminuya y el comercio electrónico se convierta en la nueva forma de hacer negocios.

## **Beneficios y los impactos sociales**

La difusión rápida de comercio electrónico y su importancia creciente en la vida económica puede que lleguen a afectar relaciones sociales a muchos niveles.

El comercio electrónico distancia y alteran el concepto de comunidad. *“Con la implantación de centro comerciales on-line se reduce la cantidad de personas y de automóviles en las ciudades, lo cual puede tener beneficios para la salud de las personas”*<sup>9</sup>. Además este tipo de comercio puede permitir algunas comunidades rurales fortalecer su situación social y económica; ya que todas las empresas están en igualdad de condiciones.

Además el comercio electrónico genera efectos sociales modificadores que impactan en el sentido más profundo nuestra sociedad.

Uno de los factores modificadores es el tiempo, éste afecta todas las interacciones y actividades en el negocio, así como el ámbito social. En la sociedad actual, se lucha contra el tiempo; por lo tanto las personas desean un servicio eficiente y sumamente rápido. El visitar una (o varias) tiendas o locales para realizar las compras requiere de tiempo; por lo cual el comercio electrónico les ofrece la posibilidad de adquirir los productos de una forma rápida y cómoda.

En este sentido, la reducción del tiempo al realizar las transacciones o compras, ayuda el crecimiento de comercio electrónico.

El comercio electrónico no distingue en el género de las personas, según indican estudios recientes, el acceso a éste es equilibrado entre hombres y mujeres. Según se dice, “las mujeres prefieren las compras “on-line” que el comercio tradicional, ya que se sienten menos presionadas en el momento de realizar las diferentes compras, además tanto hombres como mujeres coinciden en que el comercio “on-line”, les proporciona mayor tiempo para compartir con la familia”<sup>10</sup>.

Las personas con algún tipo de incapacidad, generalmente podrían estar entre los más grandes beneficiados de comercio electrónico y las tecnologías de información.

Los tipos de software avanzado minimiza estas restricciones, las cuales pueden permitir a los individuos con movilidad restringida participar más eficazmente en la economía y realizar sus transacciones desde cualquier lugar.

Las compañías más pequeñas pueden beneficiarse desproporcionadamente de

las oportunidades ofrecidas por tecnologías de información y el comercio electrónico. El Internet puede hacer el tamaño no pertinente, porque puede nivelar el campo jugando competitivamente. Permite a las compañías pequeñas extender su alcance geográfico y con ello mayor cantidad de clientes.

Un punto muy importante en el comercio electrónico es su Aspecto Legal, aunque aquí en Costa Rica no se ha avanzado mucho, en este aspecto se dice que este tipo de comercio se debe regir por varios principios, con los cuales se genere confianza, garantice el pleno acceso al mercado interior y un marco regulador coherente en el que se desarrollen las políticas adecuadas.

Se pretende que este enfoque regulador sea global y abarque, desde la creación de una empresa, al fomento y la prestación de actividades de comercio electrónico, por ejemplo, regulando aspectos complejos como las comunicaciones comerciales o los servicios financieros; pasando por la negociación y conclusión de contratos, estableciendo un nivel mínimo de protección al consumidor y la validez; incidiendo en la adaptación de normas sobre contabilidad y auditoría, para permitir la verificación electrónica sin documentos de papel o la existencia de facturas electrónicas y; abarcando la realización de pagos electrónicos, ya que el comercio electrónico no se desarrollará sin sistemas de pago eficientes y seguros, así como de fácil uso.

También es importante tomar medidas para evitar la falsificación y el uso fraudulento de estos instrumentos, mejorando la seguridad tanto para la empresa como para el consumidor.

## **Conclusiones**

Hoy por hoy, el comercio electrónico es una de las principales estrategias de crecimiento de las empresas, tanto nacional como internacional, casi que la incorporación de éstas a la web viene a traducirse en un requisito, requisito que no es impuesto por ninguna entidad del gobierno, sino que es un asunto de supervivencia, la cual se fomenta por aspectos de calidad y de competitividad.

Indudablemente el comercio electrónico constituye una parte significativa de la forma de comercio de nuestra sociedad, por lo que su influencia directa es casi imposible de disminuir o eliminar por completo. Esta influencia se traduce en aspectos modificadores que impactan a la sociedad de forma directa, modificando costumbres, tradiciones y en general viene a influenciar directamente a cada individuo.

Un factor determinante de las tendencias de negocios que trae nuestra sociedad tecnologizada es la posibilidad de acceso limitado, ya que no toda la población tiene la posibilidad y los recursos para realizar compras por Internet, además que a esto se le suma otro aspecto, el cual es de carácter educativo, ya que se necesita de un poco de conocimiento para realizar cualquier actividad o transacción a través de la red.

Aun para la población que posee los recursos y el conocimiento existe desconfianza, la cual es fomentada por mitos causados por falta de información, esto lleva a pensar que aún falta explorar el tema del comercio electrónico con todas sus implicaciones.

La sociedad costarricense no es la excepción, con respecto a la incorporación de ésta en un escenario virtual para realizar compras de artículos que

por lo general son de fácil distribución, es necesario vencer algunas barreras de resistencia. Si se observa el comercio electrónico desde un punto de vista social, éste no hace distinciones marcadas de razas o de género, lo que resulta benéfico para la sociedad.

Por otra parte el comercio electrónico más que un ente modificador también es un facilitador, ya que permite a personas de ambos sexos y de cualquier raza, hacer compras y sentirse mucho más independiente, personas discapacitadas, puede realizar comercio electrónico como una opción para ser parte activa de la sociedad tecnologizada.

Por último, resulta clave anotar que en lo albores de este nuevo siglo, los avances de las tecnologías de información serán de enormes magnitudes, transformando elementos de la sociedad y formas obsoletas de hacer las cosas, por lo que los seres humanos vemos cómo tenemos dos opciones ante esta magnitud de cambios; resistirnos a un paso que es eminente o acogerlo con responsabilidad incorporándolo a la cotidianidad con seriedad, para obtener lo mejor de él, y no permitirle que devore algo más que las viejas y obsoletas técnicas con las que hemos venido realizando comercios.

## Notas

1. Murillo Erick, 2000.
2. Baquia.com corresponde a un sitio español dedicado a la elaboración de informes profesionales; donde se pueden encontrar los datos claves para el desarrollo de estrategias en la red. Números, encuestas, estudios, con la máxima profundidad de análisis y datos recientes.
3. Baquia.com
4. La nación, Agosto 2002.

5. Prácticas Piratas en Costa Rica. Poder Judicial.
6. Comercio Electrónico Global. Aguiano & Asociados.
7. Bibiana Apolonia.
8. OCDE, 1997; IDC, 1998; Dickinson y Asociadas, 1997.
9. ActivMedia, 1998.
10. Tanaka, 1998.

## Bibliografía

- De la Rica, Enrique. 1998. *Marketing en Internet*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. Madrid: ANAYA Multimedia.
- Del Barrio, Luis. 2000. *E-negocios*. 1ed. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Andrés Boza, *De compras en Internet*. La Nación. Costa Rica. [webmaster@nacion.co.cr](mailto:webmaster@nacion.co.cr)
- Amor, Daniel. 2000. *La Revolución E-business*. 1ed Prentice may, Buenos Aires.
- Giannoni Gerardo. 2001. *Marketin Preferencial: la eficiencia de las promociones por e-mail*. 1 ed. Madrid ANAYA 2001.
- OCDE. 1998. *The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda*. Octubre.
- Apolonia Del Brutto, Bibiana. *El impacto social de las tecnologías digitales en un mundo transnacionalizado*. Socióloga. Investigadora social. Ensayista. Docente de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Argentina. [bibiapo@sinectis.com.ar](mailto:bibiapo@sinectis.com.ar)

## Referencias en internet

- ¿Qué es comercio electrónico?. Editorial EstarInformado.com.ar <http://www.EstarInformado.com.ar/pag%20tecnologia/TECNOLOGIA-9.htm>

*Educación en la Web.* EstarInformado.com. ar <http://www.EstarInformado.com.ar/pag%20tecnologia/eduweb-11.htm>

*Minoristas de Internet registran crecimiento de sus ventas el 2003.* Redacción CNN- Reuters. <http://cnnespanol.com/2004/econ/01/06/internet.ventas.reut/index.html>

*El país en que viviremos.* Madrigal P. Arnoldo. [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2003/agosto/29/opinion6.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2003/agosto/29/opinion6.html)

*Historia de Internet.* Radiográfica Costarricense. <http://196.40.31.19/menu/conociendointernet/desarrollointernetencostarica/>

*Frecuent Asked Questions (FAQs).* Café Britt de Costa Rica. <http://www.cafebritt.com/faqs/>

*El nuevo comercio electrónico global.* Anguiano & Asociados. <http://www.arrakis.es/~anguiano/artcomglobal.html#IV.%20POLITICAS%20A%20DESARROLLAR%20EN>

*Comercio electrónico en Costa Rica.* Rodríguez Rodolfo J. <http://www.cariari.ucr.ac.cr/~rodolfo/comercio.html>

*Firma de tratado de libre comercio entre Costa Rica y Canada.* Ministerio de Comercio Exterior. <http://www.comex.go.cr/difusion/comunicados/CP-125.htm>

*¿Nueva economía? Viejos conceptos.* Carpintier Rodolfo. <http://digitalassetsdeployment.com/es/articulos.html?idArt=8>

*Comercio electrónico versus comercio tradicional.* Carpintier Rodolfo. <http://digitalassetsdeployment.com/es/articulos.html?idArt=39>

*Prácticas piratas en Costa Rica.* Poder Judicial. <http://www.poder-judicial.go.cr/escuelajudicial/presentacion%20escuela%20judicial%20para%20el%204%20de%20abril.ppt>