

**Factores que Influyen en la Percepción Negativa Sobre Hacer Compras en Línea.
lo que Produce Aversión a Este Tipo de Transacciones en Santa Cruz**

Alejandro Palacios Souza S

Alejandro Rosales T

Carlos D. Claros Caballero

Xavier M. Rosas Martínez

Cecilia Nallar Ribera

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA PRIVADA DE SANTA CRUZ

Taller de Graduación Grupo 4

Profesor: *Ing. Dennis Delgado*

Fecha 8 de Marzo del 2022

Indice

Resumen	3
Abstract	4
Introducción	5
Problemática	6
Objetivo General.	7
Objetivo Específicos	7
Justificaciones	7
Tipo de Investigación	5
Marco Teorico	8
La Internet	9
Billetera electrónica	9
PayPal	10
Compras En Línea (Online)	11
Preguntas de investigación	11
Población y Muestra	11
Obtención de la Información	12
Recopilación, Análisis y Resultados	13
Proceso de la información	14
Análisis y resultado	17
Cronograma y Presupuesto	27
Conclusiones	27
Referencias	28

Resumen

En esta investigación nos concentramos en tratar de encontrar los motivos por el cual las personas no confían en realizar compras por internet si esto es debido a un miedo adquirido por experiencia propia o por creencia, Si se tiene más desventajas que ventajas o la falta de información al momento de comprar. Se reunió a diferentes invitados para realizarles una entrevista para ver y comparar sus experiencias de compras en línea. A pesar de que estábamos en un ambiente de confort y confianza. Teníamos varias complicaciones, ya que al inicio las personas mostraban un poco de timidez, vergüenza y desconfianza al momento de querer responder o contar sus historias siendo demasiado cortantes, afectando así a la obtención de datos y haciendo que se pierda el limitado tiempo que teníamos retrasando el cronograma. Sin embargo, cuando comenzamos a compartir nuestras anécdotas se fueron adaptando al ambiente y se pudo entrar en confianza con ellos dándonos así oportunidad de progresar en nuestra investigación. Usando las historias de la entrevista se vio que la mayoría de las personas sienten aversión a este método de transacción por una mala experiencia propia. Se concluyó que las personas tendrían más confianza si los vendedores cuidaran más su imagen corporativa.

Abstract

In this investigation we focus in finding the motives of why people don't trust in online purchases if this is a fear that has been acquired for experience or just by believes, if this purchases have more pros than cons or the lack of information at the time of the purchase, some guests were gathered to perform a interview to see their experiences at buying online, even though we were in an comforting location we had some complications, because at the beginning the guest were a little shy, embarrassed and with distrust at the time of them answering our questions or giving their experiences, impacting negatively in our capacity of getting a straight and honest answer from them making the gathering of information more tougher than it should had been also delaying the schedule of the project, but when we started also talking about our experiences, they became more relaxed with us and open up with their answers, using the stories told during the interview we saw that the majority did had an aversion to this method of payment because of a bad experience, it was concluded that the customer would be more confident if the sellers had a better image about themselves.

Introducción

A finales del siglo XX y principios del XXI se ha producido un estallido de la burbuja creada en torno al mercado electrónico. Las empresas con negocios presentes en Internet se han dado cuenta de que la forma en que tradicionalmente se medía el éxito online no era la adecuada (ej. número de visitas o páginas vistas). Así, surge la necesidad de conocer aquellos factores que están asociados con el éxito en Internet, lo que asegurará el desarrollo futuro de la Red, con ventajas tanto para el consumidor como para la empresa. Este éxito, según gran parte de la literatura y de los profesionales, está asociado con la fidelidad del cliente al sitio web (castañeda, 2005)

Las principales razones por las que el consumidor boliviano no participa en el modelo del comercio electrónico se deben a la:

- Desconfianza y desconocimiento de los pagos online
- Preocupación de que el producto no llegue a su destino por la falta de logística del servicio de envíos en Bolivia
- Marco normativo todavía no está bien establecido

El crecimiento electrónico en Bolivia ha presentado un alza continua durante los últimos años, gracias a factores como la ampliación de la red de Internet, mayor consumo y diversidad de productos extranjeros. (Quellenata Paredes, 2020)

Dentro de la normativa vigente para Bolivia se establece que un instrumento electrónico de pago es un dispositivo o documento electrónico que puede ser usado de manera física o virtual y permite al usuario crear órdenes de pago, realizar consultas. Estos instrumentos son: billetera móvil, orden electrónica de transferencia de fondos y otros autorizados por el BCB (Banco Central de Bolivia) (ASFI , 2020, pág. 1).

En el periodo de 2015-2019, el valor de las transacciones con tarjetas electrónicas creció en un 65% de Bs 24.904 millones a Bs 41.033 millones. (ASFI , 2020, pág. 2).

Como dato interesante se tiene que, en el 2016, el Banco Unión fue el primer banco en conseguir que su tarjeta de débito pueda ser usada para realizar compras por internet.

Otra de las opciones que han ofrecido los bancos es SIMPLE, una funcionalidad dentro de las aplicaciones de los mismos que permite realizar cobros y pagos utilizando la tecnología QR (Quick Response) que facilita la captura de la información requerida para

realizar una transacción bancaria, actualmente se encuentran 11 bancos asociados a Asoban y ya cuentan con el sistema (Bolivia Emprende, 2020).

Un método muy nuevo ya que se implementó a mediados del año 2019, pero le dio el título a Bolivia de ser el primer país latinoamericano en adoptar el sistema QR como sistema de pago interbancario. (santos, n.d.)

Problemática

Desde sus comienzos, las compras online fueron un método de compras muy fácil y cómodo de usar. No obstante, al día de hoy hay diferentes motivos que afectan en la percepción negativa que tienen las personas sobre las compras en línea. Tales motivos son: estafas que sufren las personas o engaños a la hora de transferir el dinero, productos que no eran los adecuados, como se mostraba en la imagen o catálogo o llegaron dañados, demora de entrega del producto. Causando así desconfianza y suspicacia a este método de transacción.

Por ese motivo la gente prefiere comprar los productos aquí en Bolivia sabiendo que les sale más caro y a veces de medio uso, que comprar el mismo producto con descuento de páginas como Amazon.

Objetivo General.

Comprender los factores que influyen en la percepción negativa sobre hacer compras en línea. Lo que produce aversión a este tipo de transacciones en Santa Cruz.

Objetivo Específicos

- Realizar entrevistas a personas que tengan experiencias en compras por internet y luego comparar experiencias.
- Hablar con personas mayores que no saben de tecnología y así poder saber qué métodos utilizaban en su época.
- Realizar compras por internet con personas y verificar si la información adquirida es correcta.
- Con la información adquirida analizar con los participantes de las entrevistas sobre qué sistemas de seguridad les ofreció la página para tratar de evitar estafas al momento de su compra.

Justificaciones***Justificación Económica***

Por lo general la gente podría evitar gastar su dinero y tiempo de forma equivocada al momento de realizar este tipo de transacciones de la misma manera en que hay gente que no podría vender sus productos lo cual causaría que no puedan generar ganancias monetarias.

Justificación Social

Se ha visto que la gente sufre porque no confía en este tipo de transacciones por diversos aspectos, uno de ellos es que no pueden obtener productos que solo se venden por internet. No obstante, esto no solo afecta a los que desean realizar compras si no también a los que necesitan vender por este medio. Al haber este tipo de aversión las personas no pueden hacer negocios por internet.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se ha elegido para el presente trabajo es la investigación cualitativa descriptiva con un enfoque de investigación etnográfica, ya que esta investigación es describir y analizar a las personas de un sitio o entorno(grupo social) en un fenómeno, en este caso enfocado en las compras online.

Marco Teorico

El Marketing

Marketing es una palabra proveniente de la lengua inglesa a pesar de esta intrínseca en la cultura mundial.

En inglés, market significa merca y marketing puede ser traducido como mercadotecnia o mercadeo, lo que es, en últimas, un estudio de las causas, objetivos y resultados que son generados a través de las diferentes formas en cómo lidiamos con el mercado.

"Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial." - Philip Kotler

Según la American Marketing Association, la definición del término es la siguiente: “El Marketing es una actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar y cambiar las ofertas que tengan valor para los consumidores, clientes, asociados y sociedades en general”.

Es decir, el Marketing es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a las determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un determinado público objetivo, los consumidores.

La Internet

Internet (el internet o, también, la internet) es un conjunto descentralizado de redes de comunicaciones interconectadas, que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen constituyen una red lógica única de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California (Estados Unidos).

Billetera electrónica

Los e-wallets, también conocidos como cartera digital o billetera electrónica, son uno de los nuevos medios de pago que más crecimiento ha experimentado en los últimos años. Desde una aplicación de e-wallet el usuario puede administrar su dinero de forma virtual desde su móvil y realizar pagos de forma simple en cualquier momento. Algo importante es que utilizando una cartera digital también pueden recibirse pagos a través de

tarjetas (MasterCard o Visa) siempre que tengamos una cuenta de comerciante. La ventaja de esto es que no tenemos que configurar sistemas de pago por separado.

PayPal

PayPal es un servicio global que te permite enviar pagos a la cuenta del vendedor con tu tarjeta de crédito, pero sin compartir tu información financiera. Nuestra plataforma abierta de pagos digitales brinda a los 325 millones de titulares de cuentas activas de PayPal la confianza para conectarse y realizar transacciones de maneras nuevas y poderosas, ya sea en línea, en un dispositivo móvil, en una aplicación o en persona. A través de una combinación de innovación tecnológica y asociaciones estratégicas, PayPal crea mejores formas de administrar y mover dinero, y ofrece opciones y flexibilidad al enviar pagos, pagar o recibir pagos.

Compras En Línea (Online)

Una compra online es la acción voluntaria de adquirir un bien o contratar un servicio a distancia, por medio de internet, a cambio de un precio.

Para que haya una compra online, como en cualquier contrato, debe haber comprador online, vendedor (prestador de servicio de la sociedad de la información), cosa, precio y consentimiento.

Pagina Web

Una Página web es un medio digital para promover productos, servicios o información de interés, se consultan a través de una computadora, tableta o Smartphone.

Se elaboran en lenguaje de programación HTML y HTML 5 y pueden contener bases de datos y aplicaciones desarrolladas en Javascript, Ajax, PHP, ASP, etc.

Una página web es una herramienta valiosa de mercadotecnia para cualquier empresa que requiera de obtener nuevos clientes promoviendo productos o servicios.

Preguntas de investigación

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Población y Muestra

La población con la que se realizó la entrevista fueron amigos y familiares cercanos de los integrantes del grupo. Así mismo se tomó como criterio la accesibilidad y que se cumplan los criterios requeridos para la entrevista. Se eligieron 8 personas de Santa Cruz de los cuales 4 son personas que realizan solo compras personales y los otros 4 son dueños de importadoras. Se escogió a este número de personas para tener una valoración igualitaria de experiencias tanto en empresas como en gente común.

Obtención de la Información

Preguntas de la encuesta:

¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Definición operacional	Dimensiones	Variable	Indicadores	Pregunta	Escala
Factores que influyen en la aversión de las personas a las compras en línea.	Experiencias propia o ajena	Costumbre de uso	Frecuencia de uso.	¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?	➤ Muy frecuente ➤ Frecuentemente ➤ Ocasionalmente ➤ Raramente ➤ Nunca
		Miedo por Experiencia propia o por Experiencia ajena	Razón de la aversión.	¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?	➤ Creencia ➤ Experiencia ➤ Ambas ➤ Ninguna
	Eversión	Miedo por historias ajenas.	Desconfianza al realizar este tipo de transacciones.	¿Existe un miedo a realizar compras en internet?	➤ Si existe ➤ No existe. ➤ Mas o menos (50/50)
	Tiempo	Tolerancia a los retrasos.	Frecuencia	¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?	➤ 1 día ➤ 1 semana ➤ 1 mes ➤ 2 meses ➤ 5 meses
	Confiabilidad	Facilidad	Ventajas	¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?	➤ ➤ (OPINION DEL ENTREVISTADO)
		Seguridad	Seguros	¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?	➤ Frecuentemente ➤ No tan frecuente ➤ Casi nunca ➤ Nunca

Proceso de la información

Entrevista 1

¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Ocasionalmente

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

creencias

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Si existe

¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

De 1 a 2 meses

¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

La principal ventaja es que puedes comprar los productos mucho más barato ya que puedes encontrar descuentos.

¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Frecuentemente

Entrevista 1

Palacios: Buenos días Sr Isaias, ¿cómo se encuentra?.

Isaias: Muy bien gracias por preguntar.

Palacios: Nos podría prestar unos minutos de su tiempo para hacerle una entrevista?

Isaias: Claro, no tengo ningún problema.

Palacios: Entonces comencemos.

Palacios: Buenas, mi nombre es Alejandro Palacios, soy estudiante de la universidad tecnológica privada de Santa Cruz Utepsa. Se le ha citado aquí para hacerle una entrevista sobre sus experiencias con las compras online.

Palacios: En su experiencia ¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Isaías: La verdad hasta ahora y gracias a Dios no tuve ninguna mala experiencia con mis compras online.

Palacios: ¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Isaías: Yo creo que es más por creencias porque a pesar de tener una buena experiencia siempre está esa inseguridad a la hora de seguir comprando.

Palacios: ¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Isaías: Bueno como dije antes sí que existe un poco de miedo a ser estafado.

Palacios: De las malas experiencias o problemas en ese tipo de compras se destaca el tiempo ¿Cuánto tiempo crees que es aceptable para esperar por su compra y no desconfiar?

Isaías: Bueno con el tema del tiempo sí que tuve malas experiencias ya que varias veces me atrasaron los pedidos más de un mes, pero yo creo que el tiempo aceptable de espera es un mes y medio y si te retrasan los pedidos yo creo que máximo 1 o 2 semanas.

Palacios: ¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

Isaías: La mayor ventaja es que puedes conseguir descuentos y que también puedes comprar cosas que no se consiguen o que cuesta mucho conseguir.

Palacios:¿Usted cree que se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Isaías:Si claro que sí,Es mucho más seguro cuando tengo alguna garantía de entrega o de devolución si está defectuoso.

Palacios:Ya veo,Bueno esa era la última pregunta, muchas gracias por darnos un minuto de su tiempo y que tenga un buen día.

Isaias:No hay de que, que tenga un buen día también.

Palacios:Hasta luego.

Isaias:Hasta luego.

Entrevista 2

¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Raramente

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Ambas

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Mas o menos

¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

1 mes

¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

El precio

¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Frecuente

Entrevista 2

Alejandro: Buenas tardes señor Edgar gracias por aceptar que le hagamos una entrevista.

Edgar: no hay de que pase siéntese.

Alejandro: gracias

Edgar: ¿y cuantas preguntas son?

Alejandro: no son muchas esto no tomará mucho de su tiempo.

Edgar: bueno podemos empezar entonces

Alejandro: muy bien este ¿qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?.

Edgar: muy rara la vez que pasa la verdad mayormente compro por el face y casi siempre llegan los productos.

Alejandro: entiendo ahora ¿la aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Edgar: yo diría que ambas ya que hay personas que no saben usar mucho los celulares o computadoras y les da miedo y escuchan cosas de las otras personas que son negativas.

Alejandro: gracias la siguiente seria ¿existe un miedo a realizar compras en internet?.

Edgar : más o menos ya que hay veces que he comprado unas cosas de mis colecciones y llegan o me dan algo que no es o falso.

Alejandro: oh ya su colección de maquetas de aviones que tiene ahí atrás?

Edgar: si esa aun que recién he empezado.

Alejandro: se ven muy buenas la verdad.

Edgar: gracias.

Alejandro: y normalmente ¿cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

Edgar: las compras tienen que ser rápidas así que 1 mes a lo mucho si es que tienen que traerlas de otro lado.

Alejandro: según usted ¿cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

Edgar: el precio ya que uno puede negociar con los vendedores sobre sus ventas.

Alejandro: la última pregunta sería ¿se genera más confianza al momento de comprar
¿Cuándo se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Edgar: bueno yo diría que sí da confianza pero a veces uno compra y ya el vendedor desaparece luego de darle la plata.

Entrevista 3

¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Frecuente

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Ambas

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Si; existe

¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

1 mes maximo

¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

La ventaja es que puedes encontrar descuentos

¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la
opción de un seguro de devolución?

Casi nunca

Entrevista 3

Alejandro: pablo como estas gracias por animarte a unas preguntas

Pable: dale no hay problema.

Alejandro: yapi hagámoslo rapido

Pablo: ya no creo que sea mucho entonces.

Alejandro: ya que compras siempre por internet ¿qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Pablo: pasa seguido oye siempre que mi padre o yo compramos salen con problemas y líos.

Alejandro: oh ya haber ¿la aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?.

Pablo: que es aversión?

Alejandro: algo así como decir miedo.

Pablo: oh ya entonces si por lo que te conté en la anterior siempre hay esas cosas.

Alejandro: entiendo yapi la siguiente es ¿cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

Pablo: ya que compramos para las vacas y todo eso tiene que ser rápido así que 1 mes elegiría.

Alejandro: bueno a ver ¿cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

Pablo: mi padre siempre consigue descuentos de sus vendedores o por que se le estaba acabando el producto.

Alejandro: dale la última es ¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Pablo: casi no porque los productos que compramos son vacunas y cosas así y si no sirven pues las vacas se enferman o mueren.

Entrevista 4

¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Ocasionalmente

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Experiencia

¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Si, existe

¿Cuánto tiempo es aceptable para esperar por su compra?

2 meses

¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

A veces puedes encontrar las cosas más baratas

¿Se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Frecuentemente

Entrevista 4

Cecilia: Buenas tardes Lorena le gustaría un vaso de agua, jugo o sodita.

Lorena: Buenas tardes, No gracias

Cecilia: ¿Cómo ha estado?.

Lorena: Bien, Con frío.

Cecilia: Se ha empeorado el clima este año dicen que la tierra se alejó del sol por eso hace mas frío de lo normal.

Lorena: ha si leí algo en Facebook.

Cecilia: ¿Bueno entonces le parece si comenzamos o tiene alguna duda?

Lorena: No comencemos.

Cecilia: Muy bien como sabe soy Cecilia Nallar Ribera, soy de la universidad tecnológica privada de santa cruz la que está aquí en el tercer anillo por el IC norte. La he citado aquí para que nos ayude a resolver una incógnita sobre las compras online. Bueno en su experiencia ¿Qué tan frecuente es una mala experiencia en la compra de un producto por internet?

Lorena: La mayoría del tiempo no he tenido problemas. Debes cuando tuve algunos problemas.

Cecilia: ¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Lorena: Dependiendo de la persona por ejemplo la aversión que tuve fue por experiencia propia, De hecho, hizo que deje de comprar por internet por un buen tiempo.

Cecilia: Que feo.

Lorena: Pues.

Cecilia: Ósea, ¿existe un miedo a realizar compras en internet?

Lorena: Después de pasar por una mala experiencia al momento de comprar pues si se tiene cierto miedo como te comentaba estuve sin comprar por un buen tiempo hasta que tuve la necesidad de hacerlo de nuevo.

Cecilia: De las malas experiencias o problemas en ese tipo de compras se destaca el tiempo ¿Cuánto tiempo crees que es aceptable para esperar por su compra y no desconfiar?

Lorena: Dependiendo de donde se pida y cuando diga la fecha de entrega por lo normal yo digo que unos 2 meses.

Cecilia: Claro, hay cosas que no tardan más de una semana y recién te llegan en 1 mes. Pero cuando ya desconfías de que te timaron es cuando pasa 2 jajaj.

Lorena: Exacto, si no llega en 2 meses llora nomas jajajaj.

Cecilia: Bueno, pero no todo puede ser malo en las compras por internet para usted
¿Cuáles son las ventajas de hacer compras por internet?

Lorena: Normalmente las cosas son más baratas.

Cecilia: Claro, cuando buscas aquí está con su precio duplicado o triplicado. Bueno para no hacerlo más largo y cansado por último, pero no menos importante ¿usted cree que se genera más confianza al momento de comprar cuando se tiene garantía y la opción de un seguro de devolución?

Lorena: Claro que sí, Me siento más confiada cuando tengo alguna garantía de entrega o de devolución si está defectuoso.

Cecilia: OH ya veo bueno para no hacerlo muchas gracias lore por su participación con esto finalizamos ya puede retirarse.

Lorena: No hay por qué hasta luego.

Cecilia: Bye.

Interpretación de las Entrevistas

Según nuestras entrevistas podemos ver que al momento de comprar objetos por internet se da la mayoría de las veces una experiencia con desconfianza. Notamos que la mayoría de la gente tiene una creencia negativa hacia las compras por internet. Las personas que fueron entrevistadas mostraron que si tienen miedo al momento de comprar. El tiempo que se podría esperar mientras se compra por internet está en un promedio de 1 a 2 meses para entregas internacionales. Los entrevistados mostraron que sus ventajas de las compras por internet eran mayormente el hecho de ser más baratas a comparación del precio del mercado local aparte de poder encontrar más rebajas y ofertas . al tener un seguro el entrevistado respondió que sí podría tener más confianza al comprar por internet .

Análisis y resultado

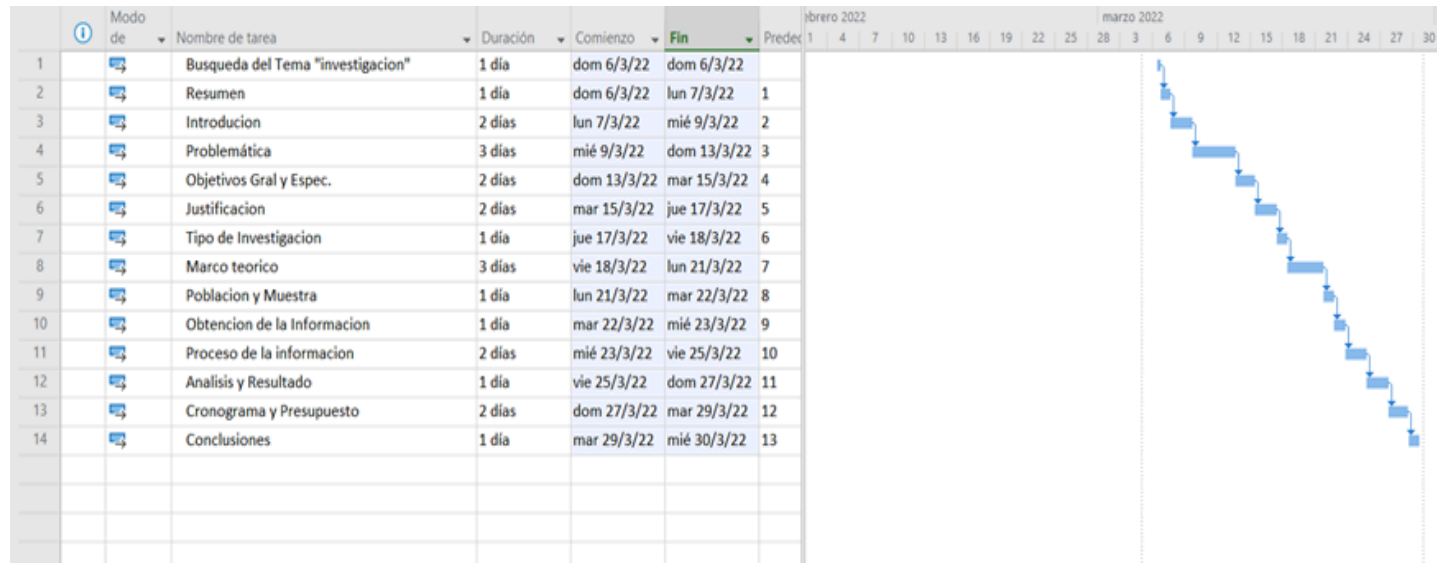
¿Existe un miedo a realizar compras en internet?

Se ha concluido que en efecto si hay un miedo al realizar estas compras por internet debido a la falta de confianza de que su producto llegará sin defectos o que si llegara.

¿La aversión a comprar por internet está basada en creencias o en experiencias?

Esta aversión si ha sido basada mayormente en creencias ya que los entrevistados así lo han demostrado.

Cronograma y Presupuesto



Conclusiones

Tras realizar el presente estudio y analizar los resultados obtenidos, se demuestra que las personas sienten mucha aversión y desconfianza en las compras online debido a alguna mala experiencia que tuvo a la hora de comprar algún producto, esto se debe a que fueron estafados de diferentes maneras así como, el producto que se pedía era de mala calidad, de igual manera que no cumplía con los estándares establecidos en su descripción, además que se tenía que cancelar el precio completo del producto y en algunas veces no llegaba en la fecha establecida incluso habiendo casos en los que nunca llegaban y el comprador perdía su dinero y tiempo,

Referencias

Fotos entrevista

https://drive.google.com/drive/folders/18PWM7mWpCLX2MiQ_Bjl60XJ2WEiAjFpU?usp=sharing

Castañeda, j. A. (2005). *El comportamiento del usuario de Internet*. dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=109461>

santos, r. l. (n.d.). *Análisis del comercio electrónico en Bolivia durante el COVID-19*.

Quellenata Paredes, R. (23 de Mayo de 2020). Xinhuanet. Obtenido de Cuarentena en

Bolivia impulsa comercio electrónico, banca digital y el reparto a domicilio:

http://spanish.xinhuanet.com/2020-05/23/c_139080959.htm

¿QUÉ ES UNA PÁGINA WEB? (sicomweb.com.mx)

CONFIANZA PARA EFECTUAR COMPRAS POR INTERNET (scielo.org.co)

Metodología de la Investigación - Roberto Hernández Sampieri - 6ta edición.pdf