

Consumidores digitales: Comportamiento y cuidados ante el e-commerce

Mercedes Sancho, socia ECIJA Costa Rica

El e-commerce desarrollado ha propiciado el surgimiento de un consumidor más comprometido, pero que necesita tomar conciencia de los cuidados que debe considerar al ejecutar sus compras.

Los consumidores latinoamericanos han venido cambiando sus hábitos de compra. A nivel regional ya se venían dando movimientos para propiciar y apoyar a las PYMES para dar el salto a la digitalización. Por ejemplo, en Costa Rica, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) ha desarrollado esfuerzos por promover el comercio electrónico en conjunto con la startup Kolau, con Google, Paypal, la Organización de los Estados Americanos y 12 Gobiernos de Latinoamérica y el Caribe. Juntos lideran la mayor iniciativa para la digitalización de la pequeña empresa brindándoles soluciones y posicionarlas mediante el movimiento gratuito «Hazlo tú Mismo».

El brote del COVID-19 propició el escenario para la aceleración del e-commerce y ahora, en medio de la crisis económica mundial, el comercio electrónico ha tenido un crecimiento en América Latina de un 300%, cambiando con ello los hábitos de compra de los consumidores. Esto obligó a los comerciantes a acelerar el proceso del desarrollo de las plataformas digitales para las ventas en línea y con ello les forzó a aplicar estrategias de marketing y electrificación, así como a adaptar la cultura de sus negocios.

Los mayores beneficiados del auge del e-commerce, sin duda, son los consumidores quienes ahora desde la comodidad de sus casas y sin exponer su salud, pueden comprar todo tipo de productos, desde lo más básicos hasta los que usualmente no se estilaba comprar en línea.

Sin embargo, los consumidores deben considerar ciertas prevenciones en sus procesos de compra, y no dejarse llevar por el impulso y la emoción de comprar lo que muchas veces se ve tan atractivo en las plataformas digitales.

El e-commerce es uno de los principales blancos para el cibercrimen, por ello la protección de los dispositivos utilizados para la compra es esencial, con el fin de evitar riesgos de seguridad que pueden afectar directamente a los compradores. El uso de firewalls y antivirus en sus versiones más actualizadas así como verificar que los comercios mantengan actualizadas sus medidas de seguridad, son un ejemplo de las prevenciones que los consumidores deben tomar.

Es importante verificar que los sitios a los cuales se ingresa en línea, pues el impulso de la compra muchas veces le impide al consumidor revisar aspectos tales como el verificar que el sitio sea seguro. Detalles como que los sitios web tengan instalado el SSL cuyas siglas en inglés significan *Secure Socket Layer* y que es un certificado de seguridad para llevar a cabo una transacción en línea, que el Localizador Uniforme de Recursos (URL) no sea sospechoso, que el dominio consultado tenga el HTTPS al inicio y leer bien que la dirección de la página web sea la correcta, son indispensables. Existen otros aspectos a revisar tales como verificar que las imágenes tengan una buena resolución y no sean plagiadas, que no surja publicidad emergente en exceso y que no haya presencia de botones que redirigen a descargar otras aplicaciones o sitios no relacionados con los productos propios de la plataforma.

Por su parte, el que los consumidores estén alertas ante ataques de Phishing para robo de datos y claves entre otros es esencial. Ante el encuentro con sitios web inseguros, el consumidor puede aplicar las herramientas integradas con las que cuentan los navegadores y que permiten bloquearlas, impedir las ventanas emergentes y el tracking.

El marketing emocional es muy utilizado en el e-commerce y contempla imágenes, contenidos y mensajes de valor que hacen vivir experiencias únicas al consumidor. El cliente sigue sus emociones para evaluar un producto, por ello debe anteponer sus emociones y revisar antes las características, materiales o ingredientes y sobretodo buscar las evaluaciones y calificaciones de otros consumidores (los conocidos *reviews*). Todo esto es esencial antes de tomar la decisión de comprar o no el producto.



La verificación de los términos y condiciones de los sitios web es indispensable en toda plataforma digital pues si el consumidor estuviera insatisfecho con la compra, debe verificar si puede devolver el artículo y obtener un reintegro por el total de su dinero. Otros aspectos tales como saber quién pagará los gastos de envío si devuelve un artículo, y cuándo recibirá su compra es importante. Muchos sitios ofrecen opciones de seguimiento de envío de los artículos comprados y que le permiten al cliente ver exactamente donde está su orden y calcular cuando la recibirá.

La protección de los datos personales es uno de los temas en que los consumidores menos atención le brindan y resulta ser uno de los temas más delicados e importantes al comprar en línea. Los consumidores deben ser informados sobre el uso y finalidad de la recopilación de sus datos personales y tendrán derecho, además, a ejercitar sus derechos de acceso y rectificación de sus datos. En el texto de la política de privacidad se le informa a los consumidores qué tipo de información personal recolectan los operadores del sitio web, para qué la solicitan y cómo la utilizarán.

Los cuidados financieros del consumidor al pagar sus compras son muy importantes pues los cargos no autorizados y las prácticas comerciales fraudulentas son una realidad. Deberán los compradores buscar pasarelas de pago seguras y no comprar ni aplicar pagos estando conectado a redes públicas. Es recomendable imprimir o guardar los registros de las transacciones que efectuó en internet, incluyendo la descripción y precio del producto y toda comunicación que haya mantenido con el comercio. Revisar el estado de cuenta al final de cada mes es importante para determinar que no le hayan cargado rubros inapropiados.

La realidad nos muestra que Internet es una herramienta accesible a todos y muy poderosa para apoyar y hacer crecer el comercio. El e-commerce desarrollado responsablemente y con apego a las reglas, le permite al consumidor comprar con seguridad, y permite llegar a más clientes. Para estos empresarios, el comercio electrónico será clave para ganar y fidelizar clientes leales.