

Wendy Maergoth Yuquilema-Paca; Danny Steven Basantes-Malliquinga; Edgar Joel Veloz-Ponce
Luis Rodrigo Miranda-Chávez

[DOI 10.35381/cm.v8i4.978](https://doi.org/10.35381/cm.v8i4.978)

La estafa electrónica por medio de páginas web en pandemia

Website scamming pandemic

Wendy Maergoth Yuquilema-Paca
dp.wendymyp44@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Puyo, Pastaza
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-4034-6586>

Danny Steven Basantes-Malliquinga
dp.dannysbm44@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Puyo, Pastaza
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-2574-5853>

Edgar Joel Veloz-Ponce
dp.edgarjvp39@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Puyo, Pastaza
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-1825-0361>

Luis Rodrigo Miranda-Chávez
up.luismiranda@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Puyo, Pastaza
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-2190-7595>

Recibido: 01 de mayo 2022
Revisado: 25 de junio 2022
Aprobado: 01 de agosto 2022
Publicado: 15 de agosto 2022

Wendy Maergoth Yuquilema-Paca; Danny Steven Basantes-Malliquinga; Edgar Joel Veloz-Ponce
Luis Rodrigo Miranda-Chávez

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue analizar la estafa electrónica por medio de páginas web en pandemia. La investigación se desarrolla desde el paradigma cuantitativo, además se enmarcó desde un diseño documental-bibliográfico, mediante la indagación, recolección y análisis crítico documental y referencial bibliográfico, basándose en la exploración metódica, rigurosa y profunda de diversas fuentes documentales como investigaciones científicas, artículos y trabajos arbitrados, tesis, entre otros. Describiendo los hallazgos encontrados, permitiendo desarrollar el cuerpo teórico en relación al tema de estudio. En conjunto con los resultados de la encuesta. Se concluye que, las estafas mayormente existen por el desconocimiento de los sitios web y porque consideraron que es una forma más fácil de adquirir productos, por lo que las personas no han estado muy familiarizadas con la compra a través del internet, por motivo de que fue algo nuevo que se instaló en tendencia en la vida de las personas.

Descriptores: Marketing; pandemia; producto básico. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The general objective of the research was to analyze electronic fraud by means of pandemic web pages. The research is developed from the quantitative paradigm, it was also framed from a documentary-bibliographic design, through the inquiry, collection and critical documentary analysis and bibliographic reference, based on the methodical, rigorous and deep exploration of various documentary sources such as scientific research, articles and refereed papers, theses, among others. Describing the findings found, allowing the development of the theoretical body in relation to the subject of study. In conjunction with the results of the survey. It is concluded that, the scams mostly exist because of the lack of knowledge of the websites and because they considered that it is an easier way to acquire products, so people have not been very familiar with the purchase through the internet, because it was something new that was installed in trend in people's lives.

Descriptors: Marketing; pandemic; commodity. (UNESCO Thesaurus)

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID 19 trajo consigo muchas consecuencias económicas devastadoras, las cuales han perturbado las vidas de las personas. La economía y el comercio a nivel mundial hace frente a esta crisis adoptando mejores condiciones, las cuales les permitan sostenerse en las exportaciones y en el sistema multilateral del comercio, sabiendo muy bien que las exportaciones ecuatorianas se reducen cuando el déficit comercial es incrementado. La economía del Ecuador decayó en gran manera por la propagación de la enfermedad, por lo que productos como víveres, ropa, frutas y verduras fueron difíciles de conseguir en diversos lugares por el temor a contagiarse.

Las personas optaron por conseguir otra forma de solucionar este problema, la cual les llevó al uso de la tecnología como las aplicaciones y servicios digitales que ayudaron adquirir y comprar productos de una forma mucho más fácil. La economía es muy dependiente de la producción agrícola, la manufactura, el comercio, el petróleo y su refinación por lo que fue necesario la implementación de formas de comercializar los productos donde varios internautas comenzaron a aprovechar esta situación para estafar y robar a personas que querían de sus servicios y productos. Sin embargo, se presenta la estafa, en donde es imprescindible un perjuicio económico, cuya determinación a nuestro entender únicamente podrá considerarse valorando al patrimonio en su conjunto como universalidad de derecho, antes y después del delito, atendiendo al valor económico de sus componentes. (Balmaceda-Hoyos, 2011, p.173)

En este orden de ideas, el internet se ha vuelto parte de nuestras vidas de tal forma que, sin la utilización de esta tecnología, es casi imposible hacer cualquier cosa. El internet ha permitido realizar diferentes actividades esenciales que mucho antes eran imposibles hacerlos, como comunicarnos de lugares lejanos y consultar alguna cosa o suceso que quisiéramos saber. No es casualidad que cada vez es mucho más difícil de ver a personas desconectadas sin contacto a nada del internet o de sus celulares. Cada cosa que se exprese a través de las redes sociales suele tener un efecto positivo o negativo en los usuarios (Molina y Toledo, 2014, p. 30).

Por lo que el marketing digital se ha convertido en una forma mucho más factible de hacer que todo pueda hacer más fácil a la hora de adquirir algún producto, además de poder vender mis cosas mediante el uso de esta plataforma. A lo largo del tiempo el marketing de igual forma ha ido evolucionando de tal forma que las personas ya solo venden desde lugares lejanos sus productos sin dirigirse directamente a los locales físicos

En 1967, existió uno de los eventos más importantes dentro de los antecedentes del marketing digital. El autor que fue considerado como el padre del marketing, Phillip Kotler publicó uno de los libros más importantes de teoría del marketing: Dirección de Marketing: Análisis, Planificación y Control la cual impulso a otros conocedores y personas a fomentar este tipo de uso.(Rock Content,2017). Durante todo este tiempo, los avances de la tecnología han favorecido la evolución del marketing digital en Pastaza, logrando revolucionar la forma de vender productos propios de nuestra provincia, además mediante este tipo de mecanismo los diferentes lugares han podido promocionar sus productos al exterior.

De acuerdo a los argumentos planteados se presenta como objetivo general analizar La estafa electrónica por medio de páginas web en pandemia.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolla desde el paradigma cuantitativo, además se enmarcó desde un diseño documental-bibliográfico, mediante la indagación, recolección y análisis crítico documental y referencial bibliográfico, basándose en la exploración metódica, rigurosa y profunda de diversas fuentes documentales tales como investigaciones científicas, artículos y trabajos arbitrados, tesis, entre otros. Describiendo los hallazgos encontrados, permitiendo desarrollar el cuerpo teórico en relación al tema de estudio. En conjunto con los resultados de la encuesta aplicada.

Wendy Maergoth Yuquilema-Paca; Danny Steven Basantes-Malliquinga; Edgar Joel Veloz-Ponce
 Luis Rodrigo Miranda-Chávez

RESULTADOS

A continuación, se prestan los resultados obtenido luego de la aplicación de la encuesta.

Cuadro 1.
Resultados.

Interrogantes	Resultados
1. ¿Usted ha utilizado medios digitales para hacer compras por internet?	Si 52 No 48
2. ¿Usted conoce alguna página digital para comprar productos de su agrado?	Si 76 No 24
3. ¿Cree usted ser víctima de estafa electrónica?	Si 68 No 32
4. Usted quisiera charlas acerca de la venta electrónica.	Si 80 No 20
5. Piensa usted que la venta electrónica es una forma segura de compra y venta.	Si 16 No 12 Tal vez 72

Elaboración: Los Autores.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Por lo general, cuando las personas quieren hacer un negocio o transacción, existen varias personas inescrupulosas que se aprovechan de ello para obtener un beneficio que afectaría a la otra persona, por lo que, existen una serie de actos por las cuales se pueden aprovechar de las personas quienes quieren obtener sus cosas y productos desde este tipo de mecanismo que es la venta mediante el internet.

En la venta y compra de productos desde las plataformas digitales es muy usual escuchar las diferentes quejas y problemas por las compras por internet, ya que, casi siempre desde el momento que pactan en determinado valor del producto o cosa del negocio, el comprador al momento de realizar el pago mediante depósito o transferencia, piensan que es más seguro y eficaz porque en la actualidad no acostumbran a tener dinero en efectivo por motivos de seguridad por lo que utilizan

este medio. (Casado Pérez, 2017).

Una estafa de compra más típica que los vendedores utilizan para adquirir dinero fácil comienza con la creación de un sitio web falso, que es realizada mediante una aplicación móvil o un aún más común por anuncio en las redes sociales. Diversas tiendas en línea falsas están hechas desde cero para que parezca verídica y los compradores no sospechen de sus intenciones, pero muchos imitan a locales pequeños denominados como minoristas las cuales son conocidos, e imitando sus logotipos, eslóganes familiares y una URL que fácilmente puede ser confundida con la real. (Meléndez Verdezoto, 2018)

En este sentido, generalmente las personas se dejan llevar por las ofertas que ofrecen los artículos más populares como, una fracción menor del costo habitual donde además prometen beneficios que fácilmente pueden ser deseados por las personas para mejorar su pago, el cual es el envío gratis y entrega al día siguiente, aprovechándose de los compradores en línea y engañando con sus supuestos beneficios. (Comisión Australiana de Competencia y Consumo,2016).

En este último mes del año (septiembre de 2020), se ha registrado un mayor movimiento comercial por la época en la cual muchas personas han pensado que es el COVID-19, donde se ha necesitado una facilidad de compra para los productos de primera necesidad. Varias personas supieron aprovechar de buena y mala manera este medio de compra por lo que las estafas se convirtieron en algo más frecuentes. (Gonzalo, 2020).

En la provincial de Pastaza el porcentaje de las compras que se realizan por internet ha venido aumentando desde hace muchos años, y con la pandemia se ha acelerado enormemente esta tendencia por internet, sin embargo, las denuncias y quejas sobre este tipo de venta digital fueron creciendo cada día mucho más, haciendo que las personas adquieran un temor a la hora de poder comprar cosas por internet.

Este tipo de compra y venta por medios de aplicaciones y páginas de sitios web, se encontraron diversas formas en las cuales una persona puede que no sea víctima de este tipo de estafa. Entre las principales está la que ofrecen productos a precios

Wendy Maergoth Yuquilema-Paca; Danny Steven Basantes-Malliquinga; Edgar Joel Veloz-Ponce
Luis Rodrigo Miranda-Chávez

sumamente bajos y alejados de los precios que son reales y que se manejan en el mercado. (Balmaceda- Hoyos, 2011). El producto con precio bajo es la más usual ya que confunden al comprador haciendo entender que los precios bajos son fáciles de conseguir. Es sumamente importante de igual forma conocer el lugar de donde se va a comprar el producto, ya que pueden existir páginas que tan solo sean momentáneas y cuando se otorga el pago o la cancelación del producto puedan robar los datos y sean víctimas de esta estafa.

En este sentido, los estafadores más se enfocan en robar los datos de las tarjetas de crédito, ya que ahí es donde más se sustraer dinero en mayor cantidad, por lo que consideran los investigadores que es importante comprar los productos en sitios más conocido o en mejor de los casos comprar los productos por locales físicos, ya que como va evolucionando el internet, de la misma forma ha ido evolucionando los mecanismos para robar el dinero por internet. (Cabrera Guirao, 2008)

Los estafadores han aprovechado el desconocimiento de las personas para poder estafar y tener dinero fácil, sin embargo, gracias a investigaciones de la policía y ayuda de las personas que denuncian este tipo de estafa se ha logrado disminuir este mecanismo, además, las páginas que han visto esta forma de estafa han optado por ofrecer más conocimiento general de sus páginas u locales físicos.

Por lo tanto, según Vargas Aponte. (2022) indica lo siguiente:

Muchas de las empresas que se lograron mantener y pudieron resistir el impacto de la pandemia lo hicieron, en gran medida, gracias a que pudieron seguir ofreciendo sus productos vía Internet, lo que nos lleva a pensar que hubo un cambio de percepción frente al comercio electrónico y que por lo tanto la contingencia marcó un antes y un después para el e-commerce.
(p.3)

Pero, una mirada a la realidad estima que, en plataformas digitales como internet, suceden la mitad de los delitos contra la propiedad en el mundo, afectando mayoritariamente al sector de servicios financieros. (Domínguez Arteaga y Rodrigo Vera, 2022, p.22)

CONCLUSIÓN

Las estafas mayormente existen por el desconocimiento de los sitios web y porque consideraron que es una forma más fácil de adquirir productos, por lo que las personas no han estado muy familiarizados con la compra a través del internet, por motivo de que fue algo nuevo que se instaló en tendencia en la vida de cada uno de las personas, dando como consecuencia que los estafadores, se aprovechan de ello y consiguieran dinero fácil, sin embargo, se espera que con el pasar del tiempo se pueda familiarizar y evitar este tipo de estafas.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Regional Autónoma de los Andes; por motivar el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Balmaceda-Hoyos, G., (2011). El delito de estafa: una necesaria normativización de sus elementos típicos. [The crime of swindling: a necessary normativization of its typical elements]. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 13(2),163-219. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73322590007>
- Cabrera Guirao, J. (2008). El engaño típicamente relevante a título de estafa. Modelo dogmático y análisis jurisprudencial. [Typically relevant deception as a fraud. Dogmatic model and jurisprudential analysis]. Tesis de Grado. Universidad de Chile. Recuperado de: <https://n9.cl/nm0zzv>
- Casado Pérez, R. (2017). Estafas cometidas a través de compras online.[Scams committed through online shopping scams]. Tesis de Grado. Universidad del País Vasco. Recuperado de: <https://n9.cl/a41h9>

- Comisión Australiana de Competencia y Consumo. (2016). El pequeño libro negro sobre estafas. Una guía de bolsillo para que pueda detectar, evitar y protegerse contra las estafas. [The Little Black Book on Scams. A pocket guide to help you spot, avoid and protect yourself against scams]. Commonwealth of Australia. Recuperado de: <https://n9.cl/rjv43>
- Domínguez Arteaga, R., & Vázquez, R. (2022). Análisis espacial del ciberfraude al comercio electrónico: consideraciones en agenda política Tamaulipecana. [Spatial analysis of cyberfraud in electronic commerce: considerations in Tamaulipas political agenda]. *Podium*, (41), 21-40. <https://doi.org/10.31095/podium.2022.41.2>
- Gonzalo, L. (24 de septiembre de 2020). El compliance, clave en la nueva normalidad. Delincuencia en tiempos de coronavirus. Estafas y ciberdelitos. [Compliance, key to the new normal. Crime in times of coronavirus. Scams and cybercrime]. *Legal Today*. <https://n9.cl/y1tnx>
- Meléndez Verdezoto, J. (2018). Delitos informáticos o ciberdelitos. [Computer crimes or cybercrimes]. Derechos Ecuador. Recuperado de: <https://n9.cl/wqtp9>
- Molina, G. y Toledo, R. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes. [Social networks and their influence on the behavior of adolescents]. Universidad del Azuay. Cuenca, Ecuador.
- Rock Content. (2017). Philip Kotler: conoce la historia y las principales contribuciones del padre del Marketing moderno. [Philip Kotler: learn about the history and main contributions of the father of modern marketing]. Recuperado de: <https://n9.cl/3pyd1>
- Vargas Aponte, N. (2022). El impacto de la pandemia en la percepción frente al comercio electrónico en Bogotá. [The impact of the pandemic on the perception of electronic commerce in Bogotá]. Tesis de Grado. Universidad El Bosque, Bogotá. Recuperado de: <https://n9.cl/o2gxs>