

Desarrollo económico local y comercio electrónico en el Ecuador

Argelio A. HIDALGO

Facultad de Contabilidad y Auditoría, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Manta, Manabí, 130214, Ecuador

Luis DEL CASTILLO

Facultad de Economía, Universidad de La Habana
Ciudad de La Habana, La Habana, 10400, Cuba

Wilmer F. GARCÍA

Departamento de Ingeniería Industrial, Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo, Manabí, 130105, Ecuador

Mónica VÉLIZ

Departamento de Ingeniería Industrial, Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo, Manabí, 130105, Ecuador

Grether L. REAL

Departamento de Ingeniería Industrial, Universidad Técnica de Manabí
Portoviejo, Manabí, 130105, Ecuador

RESUMEN

Ecuador es un país mega diverso con grandes riquezas naturales, que han sido explotadas intensamente desde el periodo colonial hasta la actualidad, y que ha derivado en la profunda crisis estructural de la economía, enfocando el desarrollo, hacia la exportación de productos tradicionales, fuente no generadora de valor agregado. Se presentan soluciones relacionadas con el cambio de la matriz productiva, sobre la base de la aplicación de los nuevos avances proporcionados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que se tornan ineficaces, al no ser asumidas rápidamente por el sistema empresarial en la creación de conocimiento, valor y empleo. La crisis actual de la economía, frena la disminución de la pobreza y mejoramiento de la calidad de vida de la población, se acrecienta el desempleo, la informalidad laboral y la inseguridad. Sin embargo, existe pleno acceso a internet, equipos informáticos y softwares libres, que no se identifican como activos estratégicos para el desarrollo nacional y local, que aprovechen los recursos endógenos en el desarrollo de la industria del comercio electrónico.

Palabras Clave: Desarrollo económico local, Comercio electrónico, Diseño web, Hosting, Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS), Coeficiente de concordancia de Kendall.

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo y crecimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), han impactado la manera en la que funcionan todos los mercados, y empresas que participan en los mismos, asentadas en políticas de mayor apertura, han creado un mundo más interrelacionado que nunca y menos equitativo en gran magnitud, dada la alta concentración en los países de mayor avance económico y social. Ello no sólo entraña una mayor interdependencia en las relaciones económicas –el comercio, la inversión, las finanzas, las operaciones y la organización de la producción a escala global-, sino también una interacción social y política entre organizaciones y personas de todo el mundo. Esta nueva situación internacional ha generado un cambio sustantivo en las estrategias de desarrollo, siendo un componente clave en

los procesos de descentralización dirigidos hacia la modernización de los Estados, con el fin de hacer más eficiente la gestión pública y redefinir el marco de la inversión social, considerando el desarrollo desde el territorio, aprovechando las capacidades y fortalezas endógenas locales.

El enfoque del desarrollo económico local viene a destacar fundamentalmente los valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad que han existido en el pasado en las formas de producción no basadas tan sólo en la gran empresa, sino en las características generales y locales de un territorio determinado [1].

América Latina no alcanza un desarrollo sostenido que permita el surgimiento de ventajas competitivas relacionadas con el avance tecnológico, sustentadas en la disponibilidad de capacidades intelectuales, la innovación y el conocimiento. Existen diversos factores que frenan este proceso de cambio como son las políticas de desarrollo asumidas por los Estados, la estructura del capital, la relación entre los diferentes sistemas productivos, la relación entre la empresa pública y privada, la creación del capital social orientado a la aplicación de las nuevas tecnologías, la existencia de núcleos de desarrollo independientes que no se articulan integralmente con las diferentes economías nacionales.

El comercio electrónico B2C en el caso de América Latina y el Caribe está liderado por Argentina, el Brasil y México concentraron el 73% del comercio electrónico de la región en 2016. La participación de los países individuales en el comercio electrónico regional está encabezada por el Brasil, que representa el 42%, seguido por México y la Argentina. Este mercado está dominado por empresas extrarregionales, como Amazon, Apple y Alibaba; y algunas empresas importantes de origen regional como Mercado Libre, que tiene más de 235 millones de usuarios en 2018 y presencia en muchos países de la región. Se proyecta que el comercio electrónico B2C total en la región crezca a una tasa anualizada del 19% y la parte transfronteriza a una tasa del 44%. De este modo, la participación de la región en el comercio electrónico B2C transfronterizo a nivel mundial se duplicaría, pasando de un 2,6% (alrededor de 6.000 millones de dólares) a

un 5,3% (alrededor de 53.000 millones de dólares) [2].

El crecimiento de la economía ecuatoriana es del 1,4% del PIB en el año 2018, de acuerdo al análisis macroeconómico del Banco Central del Ecuador (2019), que se explica por: i) mayor gasto de consumo final de gobierno general (2,9%); ii), aumento de 2,7% en el gasto de consumo final de los hogares; iii) mayor formación bruta de capital fijo (FBKF) (2,1%); y iv) incremento del 0,9% de las exportaciones de bienes y servicios (ver figura 1). Por su parte, las importaciones de bienes y servicios en 2018 fueron mayores en 5,8% respecto a las registradas en 2017 [3].

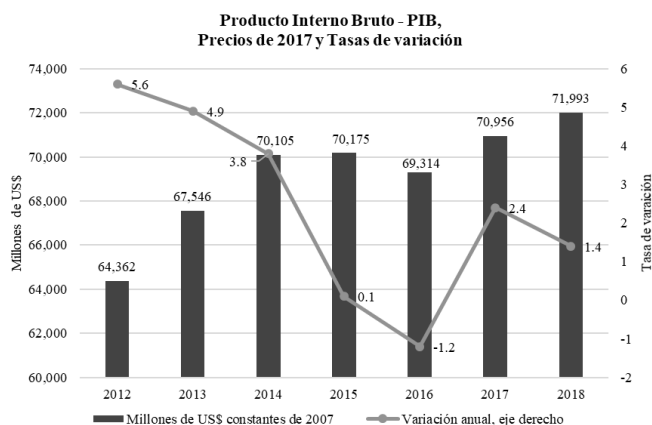


Fig. 1. Producto Interno Bruto – PIB, precios de 2007 y Tasas de variación

Fuente: elaborado a partir de Banco Central del Ecuador, 2019 [3].

Según la Asociación de Bancos del Ecuador (2019) en el país son nueve las actividades que históricamente han mantenido una participación importante dentro del PIB total: manufactura (11%), petróleo y minas (11%), comercio (11%), construcción (8%), enseñanza, servicios sociales y salud (8%), agricultura (8%), otros servicios (8%), transporte (7%), y actividades profesionales, técnicas y administrativas (6%). En promedio, estas nueve actividades cubren aproximadamente el 78% del PIB [4].

La implementación del comercio electrónico dentro del componente de desarrollo relacionado con las TIC, como actividad fundamental, no aparece reflejado en los estudios económicos globales del Ecuador, generando una miopía en la mejora de la calidad laboral, al no aprovecharse esta valiosa fuente de valor. Al respecto, Mesias y Santiago (2018) plantean que el comercio on-line en Ecuador ha crecido los últimos años, pero aún hay aspectos de que se deben atender para hacer que estas transacciones continúen en ascenso, como la adopción de esta forma de hacer negocios por parte de los consumidores, la seguridad, el manejo y protección de datos, así como la experiencia de consumo [5]. De acuerdo a investigaciones realizadas por Esparza Cruz (2017) entre el 2012 y 2014 las transacciones comerciales aumentaron de 300 millones a 540 millones de dólares [6]; según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, en 2015, 800 millones de dólares fueron transaccionados mediante e-commerce en el país [7]; en el 2018 se realizaron 16 millones de transacciones de comercio electrónico con ventas por \$ 1.286 millones, 35% más que el 2017 (\$ 949 millones), que ya tuvo un crecimiento del 47% en comparación con el 2016 (\$ 616 millones) [8]. La figura 2 muestra el comportamiento de los valores detallados.

Ventas Comercio electrónico B2C, PIB y tasas de variación a precios corrientes. Ecuador 2014-2018

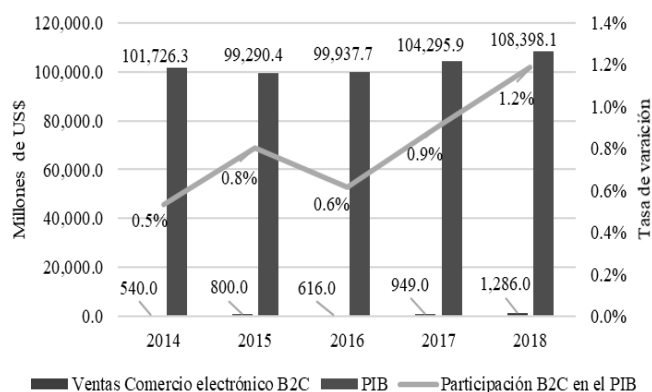


Fig. 2. Ventas Comercio electrónico B2C, PIB y tasas de variación a precios corrientes. Ecuador 2014-2018

Se constata la tendencia creciente del comercio electrónico B2C en el Ecuador, destacándose el crecimiento del 138% en el año 2018, con un valor de 1,286 millones de USD, representando el 1.2% del PIB respecto al año 2014, donde se generaron 540 millones de USD, con una participación del 0.5% del PIB.

La realización del comercio electrónico por parte de las empresas parte del conocimiento de herramientas como el marketing digital que contribuye al logro de ventajas competitivas, concentrándose el modelo de negocio en sus clientes y las necesidades de estos; así como de factores relacionados con el uso de softwares, diseño web, accesibilidad y usabilidad. Un elemento a destacar son las redes sociales, como lo establecen Chaffey y Patron (2012), Wang, Kim, Jinyoung, Xiao y Jung (2017), Jayaram, Manrai, y Manrai (2015) en la consulta realizada por Rodríguez, Pérez y Saura (2017) que destacan que las redes sociales facilitan una vía para compartir intereses y actividades a grupos en Internet; señalan que entre sus ventajas se encuentra la de facilitar el acceso a nuevos contactos, información y entretenimiento; y la posibilidad de encontrar personas con ideas afines para organizar una comunidad proactiva para el intercambio de conocimientos [9].

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se utiliza el método científico, a través de la investigación exploratoria, realizando una búsqueda bibliográfica sobre desarrollo económico local y comercio electrónico.

En Ecuador la política de desarrollo económico, no implica directamente el impacto del comercio electrónico, como una alternativa viable para la generación de empleos través de los emprendimientos digitales, que se traduzcan en el deseado desarrollo económico local. En el corto plazo las políticas macroeconómicas de los gobiernos, no resuelven los problemas de desempleo y pobreza que están presente en el Ecuador, sino las empresas soportadas en el emprendimiento y desarrollo de ventajas competitivas.

Desde el punto de vista metodológico se analizaron las principales Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que intervienen directamente en el comercio electrónico B2C, permiten la puesta en marcha de un modelo de negocio on-line, y se describen a continuación.

El comercio electrónico se define como aquel que se lleva a cabo a través de internet, como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos a través de esta red de comunicación [10]. Las operaciones de comercio electrónico se clasifican de acuerdo a los actores involucrados, y pueden estar dada por la relación entre empresas -B2B-; y la relación entre empresas y usuarios finales -B2C-.

El diseño web es un constructo complejo, formado por los principios de apariencia visual, arquitectura de la información y usabilidad, que representan los elementos nucleares a valorar en la planificación y desarrollo de un sitio web [11]. Este complejo constructo se establece en el sitio web, que presenta la propuesta del producto o servicio, y que alcanza su éxito de acuerdo al grado de usabilidad y accesibilidad.

El hosting es el servicio de alojamiento web, donde se aloja el sitio web, se ejecutan los diferentes servicios de dominio y configuración. Torrente Palacios (2018) establece que, los servicios de alojamiento según sus características se reúnen en cuatro grupos: el hosting compartido, el hosting privado virtual (VPS), el hosting dedicado, y el hosting en la nube [12]. Los nombres de dominio establecen la identificación y dirección de acceso a internet, que permiten la comunicación entre todos los servicios y usuarios de la red.

Los Sistemas de Gestión de Contenidos, en inglés: Content Management System (CMS), de acuerdo con Vera (2015) facilitan la gestión y administración de la información gracias a su versatilidad y fácil implementación [13]. Existen diferentes tipos de CMS como: los Sistemas de Gestión de Contenidos Web (W-SGC), que permiten desarrollar un proyecto web, con pocos o nulos conocimientos de programación; los Sistemas de Gestión de Contenidos de Aprendizaje (L-SGC) que facilitan la gestión del aprendizaje; los Sistemas de Gestión de Contenidos de Transaccionales (T-CMS) que permiten la transferencia e intercambio de contenidos como informes, reportes, entre otros; Sistemas de Gestión de Contenidos Integrados (I-CMS) orientado a la gestión de marketing desde el ámbito empresarial, si necesidad de conocimientos avanzados en arquitectura web; y los Sistemas de Gestión de Contenidos Empresariales (E-CMS) que de forma segura gestionan y controlan toda la información no estructurada de una empresa.

El posicionamiento en buscadores, posicionamiento web, optimización de motores de búsqueda o SEO es también el proceso consistente en mejorar la visibilidad de un sitio web de manera orgánica, es decir sin realizar ningún pago para que aparezca en posiciones destacadas en buscadores como Google, Bing o Yahoo [14].

Los principales medios de pagos asociados al comercio electrónico, tal como lo define Armijos (2015) consisten en: Transacciones con tarjeta de crédito en línea, la más utilizada y con mayor riesgo respecto a la seguridad; carteras digitales que emulan la funcionalidad de las carteras tradicionales; efectivo digital a través de tokens autenticados; Sistemas de Pago de Valor Almacenado en Línea, denominadas pasarelas de pago enfocadas en la seguridad, al proteger con un sistema triangular la información del cliente; Sistema de Saldo Acumulado Digitales, los clientes realizan consumos por los cuales reciben una factura al final de un periodo; Sistema de Pago por Cheques Digitales, busca extender la funcionalidad de las cuentas de cheques existentes; y Sistemas de Pagos Inalámbricos, nueva

forma de comercializar, denominada comercio móvil, la cual se realiza a través de teléfonos celulares que actúan como carteras móviles [15].

Se aplica el método de experto Coeficiente de concordancia de Kendall (W) que mide el grado de concordancia existente entre un grupo de elementos y un grupo de características, estableciendo un orden, que en nuestro caso define los criterios más importantes a considerar, para el desarrollo de un modelo de negocio, basado en el comercio electrónico desde Ecuador. La aplicación de este método consiste en que: un grupo de mínimo 7 expertos, máximo 14, ponderan los factores, dándole 1 al que consideran más relevante, y se determina el Coeficiente de concordancia (W) de sus criterios, de manera ordinal, donde: según Escobar y Martínez (2008) el mínimo valor asumido por el coeficiente es 0 y el máximo 1 [16], con un nivel de mayor grado de asociación cuando se acerca a 1 y valor 0 en caso contrario. El procedimiento para el cálculo de W se describe a continuación.

Determinación del factor de concordancia (T), según Ec. (1):

$$T = \frac{1}{K} \left(\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^m A_{ij} \right) \quad (1)$$

Donde:

T: Factor de concordancia.

A_{ij}: Ponderación de la característica o causas i, según el experto j.

k: Número de índices.

m: Número de expertos.

Selección de las características o causas se seleccionan mediante el criterio que plantea la siguiente condición, en la Ec. (2):

$$\sum_{i=1}^m A_{ij} \leq T \quad (2)$$

Donde:

A_{ij}: Ponderación de la característica o causas i, según el experto j.

T: Factor de concordancia.

Cálculo de la Variación de la sumatoria de la ponderación de la característica o causas i, según el experto j, respecto al factor de concordancia, según Ec. (3):

$$\Delta^2 = \sum_{i=1}^m (A_{ij} - T)^2 \quad (3)$$

Donde:

Δ^2 : Variación de la sumatoria de la ponderación de la característica o causas i, según el experto j, respecto al factor de concordancia.

A_{ij}: Ponderación de la característica o causas i, según el experto j.

T: Factor de concordancia.

Cálculo del Coeficiente de concordancia de Kendall (W), según Ec. (4):

$$W = \frac{12 \sum \Delta^2}{m^2(k^3 - k)} \quad (4)$$

Donde:

W: Coeficiente de concordancia.

Δ^2 : Variación de la sumatoria de la ponderación de la característica o causas i, según el experto j, respecto al factor de concordancia.

k: Número de índices.

m: Número de expertos

Evaluación del resultado del Coeficiente de concordancia (W), según Ec. (5):

$$X^2 > X^2_{\alpha, k-1} \quad (5)$$

Donde:

X^2 : Estadígrafo Chi Cuadrado.

α : Nivel de significación.

k-1: Grados de libertad.

$X^2_{\alpha, k-1}$: Estadígrafo Chi Cuadrado tabulado.

El resultado del Coeficiente de concordancia (W) se evalúa estableciendo su consistencia a través de una prueba de hipótesis estadística, donde la hipótesis nula (H_0) se refiere a la no existencia de concordancia entre los expertos, y la hipótesis alternativa (H_1) existencia de concordancia entre los expertos. Se determina el estadígrafo Chi Cuadrado (X^2), y se establece su comparación en la región crítica, con el estadígrafo Chi Cuadrado tabulado, con un nivel de significación (α) de 0.05 y k - 1 grados de libertad.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La economía ecuatoriana transita por una crisis de gobernabilidad que afecta el desarrollo y crecimiento económico, resultado de políticas económicas ineficaces aplicadas por los gobiernos de turno, que no han resuelto la crisis estructural heredada desde la colonia. La década del año 2007 al año 2017, estuvo marcada por un gobierno de izquierda, denominado Revolución Ciudadana, liderado por Rafael Correa que, junto a la mejora de la infraestructura vial, las condiciones de vida de las clases sociales menos favorecidas, acrecentó la corrupción y el debilitamiento del sistema productivo nacional. Sin embargo, hay que destacar que, el plan de gobierno enmarcado en el Plan Nacional del Buen Vivir establecía la necesidad del cambio de la matriz productiva, sobre la base de la creación del capital social orientado a la aplicación de las nuevas tecnologías, de acuerdo con Calderón (2016) se buscaba articular la política pública con la transformación de una economía de recursos finitos (recursos naturales) a una de recursos infinitos (conocimiento y talento humano) [17].

El actual gobierno, liderado por Lenin Moreno inicia desde el año 2017, ha estado enfocado a la solución de problemas estructurales sustentado en la tesis, de que la génesis se centra en la corrupción generada por el anterior gobierno, derivando

también en una ineficiente política económica, que ha generado inestabilidad económica y social, con la desacertada aplicación de medidas económicas impopulares. El plan de gobierno plasmado en el Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida, se enfoca en tres ejes fundamentales: los derechos para todos, la economía al servicio de la sociedad, y más sociedad, mejor estado; matizado por un conjunto de medidas económicas en materia tributaria, laboral, fiscal y aduanera, que en un inicio fueron resultado del diálogo con el sector privado y entregadas a él través del Consejo Consultivo Productivo y Tributario (CCPT), que lejos de crear los incentivos correctos para atraer inversión y generar empleo, estas propuestas no impulsarán la producción y promueven el mismo modelo que profundizó la reciente crisis [18]. En octubre de 2019, el gobierno anunció un conjunto de nuevas medidas económicas enfocadas a disminuir los subsidios a los combustibles; incremento del bono que perciben las familias menos favorecidas; eliminación o reducción de aranceles para maquinaria, equipos y materias primas agrícolas e industriales; eliminación de aranceles a la importación de celulares, computadoras, tabletas; incremento de los créditos hipotecarios en USD 1000 millones; y renovación de los contratos ocasionales con 20% menos de remuneración; junto a un conjunto de reformas económicas y laborales [19], aparadas en el decreto presidencial 883, que conllevaron a una inestabilidad política, económica y social.

Estas políticas económicas de los gobiernos de turno son un freno para el desarrollo económico local, imposibilitando el crecimiento a partir del aprovechamiento de las fortalezas endógenas, y el surgimiento de emprendimientos digitales, sin embargo, referente al comercio electrónico B2C, existe un proceso de concienciación de las potencialidades por parte del sector privado, que liderado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico y la Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES, desarrollan estadísticas sobre el crecimiento del sector; eventos relevantes como el eCommerce Day Ecuador, como parte de la alianza con el eCommerce Institute de Latinoamérica al Mundo y el Cyberday Ecuador, que promueven la dinamización del comercio electrónico en el país.

El comercio electrónico en el Ecuador está amparado en la Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos, vigente desde el año 2002, con un enfoque dirigido a regular los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas [20]; y no se refiere de manera específica, a las actividades propias del comercio electrónico, quedando regulada esta actividad de manera superficial, sin coincidencia con la evolución de esta actividad, que genera nuevas condiciones de negocios al unísono del desarrollo de las TIC. Además de no vincular con elementos importantes, como los tiempos y costos asociados a la comercialización de productos y servicios, generados desde Ecuador al exterior, que constituyen un rubro de exportación; las regulaciones aduaneras; las formas de entrega de los productos y servicios, asociado a la logística de la distribución; el ecosistema digital orientado al acceso y costo del internet, la seguridad informática, las formas y medios de pagos.

El análisis de los criterios más importantes para el desarrollo del modelo de negocio on-line, bajo las actuales condiciones del comercio electrónico en el Ecuador, fue determinado por un grupo de siete expertos en ciencias de la computación y sus

aplicaciones, que valoraron diez elementos asociados al comercio electrónico B2C. El resultado del procesamiento de los datos aplicando el Coeficiente de concordancia de Kendall (W) arrojó un valor de 0.64, determinando que el juicio de los expertos consultados es consistente, como se muestra en la figura 3.

Criterios	Expertos							$\sum A_i$
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	
1) Hosting internacional con soporte en español	2	1	1	3	1	3	1	12
2) Dominio internacional incluido Hosting.	3	3	2	4	5	1	2	20
3) Desarrollo web utilizando un Sistema de Gestión de Contenidos (CMS)	7	2	3	1	3	2	5	23
4) Medio de pago electrónico nacional a través de pasarelas de pagos	5	5	6	8	2	4	4	34
5) Posicionamiento web (SEO) orgánico	6	6	5	5	6	5	3	36
6) Plantilla CMS de pago	9	4	4	6	4	6	6	39
7) Medio de pago internacional	1	7	10	7	10	7	7	49
8) Registro dominio en Ecuador	4	10	9	2	8	9	9	51
9) Desarrollo web en java, HTML5, CSS	8	8	7	10	7	8	8	56
10) Hosting nacional	10	9	8	9	9	10	10	65
SUMATORIA								385

Fig. 3. Criterios más importantes resultado de la aplicación del Coeficiente de concordancia de Kendall (W)

La evaluación de la aceptación y consistencia del coeficiente de concordancia se realizó a través de la prueba de hipótesis estadística, donde el valor calculado de Chi Cuadrado (X^2), fue de 44.79 y el valor tabulado de Chi Cuadrado fue de 16.92, estableciéndose la concordancia entre los expertos, aceptándose la hipótesis alternativa (H1). El coeficiente concordancia T arrojó un valor de 38.5, quedando seleccionados como criterios más importantes que permiten la puesta en marcha de un modelo de negocio on-line, aquellos con una ponderación menor a este valor, que se describen a continuación:

- 1) Hosting internacional con soporte en español
- 2) Dominio internacional incluido Hosting.
- 3) Desarrollo web utilizando un Sistema de Gestión de Contenidos (CMS)
- 4) Medio de pago electrónico nacional a través de pasarelas de pagos
- 5) Posicionamiento web (SEO) orgánico

4. CONCLUSIONES

Ecuador continua con una fuerte crisis estructural de su economía, a lo que se ha sumado la actual crisis de gobernabilidad, que frenan las políticas de desarrollo económico local propuestas por los diferentes gobiernos, como el cambio de la matriz productiva, desarrollo de nuevas capacidades productivas, partiendo de los recursos endógenos de los que dispone, que generen valor agregado y contribuyan al desarrollo productivo y comercial del país. Las exportaciones de productos tradicionales lideran el comercio exterior, con una fuerte dependencia del petróleo principal producto de exportación y la más importante fuente de entrada de divisas.

En relación al comercio electrónico no se trazan políticas económicas públicas, que fomenten su desarrollo, promuevan la creación de emprendimientos digitales, con negocios on-line que aporten productos y servicios desde el Ecuador, contribuyendo a las exportaciones nacionales, y cambio de la matriz productiva. No existen por parte del gobierno reportes estadísticos que midan el resultado de esta actividad en el país, siendo generadas parcialmente por organizaciones privadas, frenando el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el comercio electrónico. Sin embargo, es posible bajo las condiciones actuales desarrollar emprendimientos digitales exitosos en materia de comercio electrónico, si se consideran cinco criterios fundamentales como son la adquisición a través de proveedores internacionales de los servicios hosting y dominio con soporte en español, sistemas de Gestión de Contenidos (CMS), medios de pagos electrónicos nacionales y un posicionamiento web orgánico.

5. AGRADECIMIENTOS

Se agradece el aporte de cada uno de los autores que han participado en la realización de este trabajo, y en especial el apoyo del grupo de investigación de la Universidad Técnica de Manabí "Productividad, Seguridad, Salud y Ambiente", que ha impulsado la investigación, como solución a las necesidades y problemas, asociadas al desarrollo económico local, presentes en nuestro entorno.

6. REFERENCIAS

- [1] F. Albuquerque, «Sistemas productivos locales: una mirada desde la política económica local para la generación de empleo», p. 10, 2004.
- [2] Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe, 2018*, (LC/PUB.2018/20-P). Santiago, 2018.
- [3] Banco Central del Ecuador (BCE), «La economía ecuatoriana creció 1,4% en 2018», *Banco Central del Ecuador (EC)*, 29-mar-2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>. [Accedido: 15-oct-2019].
- [4] Asociación de Bancos del Ecuador (asobanca), «Boletín Macroeconómico - Enero 2019», *Bol. Macroeconómico*, p. 20, ene. 2019.
- [5] J. Mesías y P. Santiago, «Comercio electrónico en Ecuador», *Obs. Econ. Latinoam.*, n.º septiembre, sep. 2018.

- [6] N. K. Esparza Cruz, «El Comercio Electrónico en el Ecuador», *J. Sci. Res. Rev. Cienc. E Investig. ISSN 2528-8083*, vol. 2, n.º 6, pp. 29-32, may 2017, doi: 10.26910/issn.2528-8083vol2iss6.2017pp29-32.
- [7] Redacción, «El e-commerce en los negocios», *Diario El tiempo*, 08-may-2017.
- [8] El vocero, «Cyberday.ec ofrece hoy descuentos de hasta el 70%», *Diario El vocero*, 19-ago-2019.
- [9] B. Rodríguez, D. Pérez, y J. R. Saura, «Clasificación de información en redes sociales. Análisis de contenido en Twitter de empresas de comercio electrónico», *Rev. Espac.*, vol. 38, n.º 52, nov. 2017.
- [10] A. de los Á. R. Ruiz, «Análisis y perspectivas del comercio electrónico en México», *Perfiles Las Cienc. Soc.*, vol. 3, n.º 5, 2015.
- [11] V. Piñeiro-Naval, J. J. Igartua, y F. Marañón, «El diseño de las sedes web municipales de España. Una propuesta metodológica para su análisis», *Rev. Esp. Doc. Científica*, vol. 40, n.º 1, p. 164, 2017.
- [12] E. Torrente Palacios, «Hosting virtual de alta disponibilidad con Apache», *TFG En Eng. Informática Esc. D'Enginyeria EE Univ. Autònoma Barc. UAB*, 2018.
- [13] V. D. G. Vera, «Sistemas de Gestión de Contenidos (SGC): una revisión sistemática de literatura», *Ing. USBMed*, vol. 6, n.º 1, pp. 54–60, 2015.
- [14] M. Iglesias-García y L. Codina, «Los cybermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO)», *Opción*, vol. 32, n.º 9, pp. 929–944, 2016.
- [15] V. Armijos, *Las monedas virtuales en las transacciones comerciales. Un análisis sobre el uso de nuevos sistemas de pagos*. ResearchGate, 2015.
- [16] J. Escobar-Pérez y Á. Cuervo-Martínez, «Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización», p. 10.
- [17] C. E. para A. L. y el Caribe, «Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social», 29-dic-2016. [En línea]. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/40863-desafios-ecuador-cambio-estructural-inclusion-social>. [Accedido: 05-feb-2017].
- [18] Cámara de Comercio de Guayaquil, «Argumentos de Posición Estratégica N° 005. Medidas económicas del gobierno de Lenin Moreno», oct-2017. [En línea]. Disponible en: <http://www.lacamara.org/website/informes/>. [Accedido: 02-dic-2019].
- [19] El Comercio, «Lenín Moreno anuncia 6 medidas económicas y 13 propuestas de reforma», *El Comercio*, 10-ene-2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/actualidad/lenin-moreno-medidas-economicas-ecuador.html>. [Accedido: 02-dic-2019].
- [20] Congreso Nacional Ecuador, «Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos». Registro Oficial Suplemento 557, 2002.