



ECUADOR – JULIO 2015

ANÁLISIS DE LOS PORTALES WEB EMPRESARIALES Y SU IMPACTO AL CIUDADANO. CASO DE ESTUDIO: PROVINCIA DE EL ORO

Rubén Fuentes Díaz

Facultad de Ciencias Administrativas.

Universidad Estatal de Guayaquil

rfuentes@nyit.edu

Resumen

El presente estudio tiene el propósito de analizar los principales portales web empresariales de la provincia de El Oro, ya que el Internet actualmente es considerado una herramienta fundamental para la comunicación entre el cliente y el empresario. Los portales web se encuentran estrechamente relacionados con el incremento de las ventas de una empresa, sin importar el tamaño de la misma, puesto que es importante llegar a sus clientes de una manera mucho más rápida y sencilla. Lo cual permite a la empresa tener un alcance más global de sus productos o servicios, y a la vez mejorar el prestigio y calidad de la empresa, ya que el consumidor no solamente compra por necesidad sino también por atracción a un determinado producto o servicio que encuentra en internet.

Palabras Clave: Internet – Ecuador - Portales Web – Empresa - El Oro - Administración Provincial

THE CORPORATE WEB PORTALS' ANALYSIS AND THE IMPACT TO CITIZENS. CASE STUDY:
PROVINCE OF EL ORO

Abstract

The purpose of the present study is to analyze the main corporate web portals in the province of El Oro; the internet is an essential tool for communication between the client and the businessman. Web portals are closely related to the increase in sales of a company, regardless of the size of it, since it is important to reach customers quickly and easily. This allows the company to have a global reach of its products or services, while it improves the prestige and quality of the company

because consumers not only buy for necessity; they also buy for attraction to a particular product or service found it on the Internet.

Keywords: Internet – Ecuador - Web Portals – company - El Oro - Provincial administration.

1. INTRODUCCION

En la actualidad el internet es considerado como una parte integral en el desarrollo de muchas empresas. Es fácil olvidar los grandes avances que el internet ha adquirido estos últimos años desde el primer mensaje enviado por medio del correo electrónico utilizando el ARPAnet en 1970, hasta los teléfonos inteligentes (Smartphone) que se utilizan hoy en día.

Los arquitectos que construyeron el ARPAnet nunca analizaron el impacto que iba a tener el Internet y cómo ha evolucionado en los últimos 50 años. El internet y su historia pueden ser divididas en tres fases: La primera; fase de Innovación (1961 – 1974) donde se conceptualizó la construcción de bloques fundamentales en el Internet y después se convirtieron en hardware y software reales, recordando que el propósito inicial cuando se creó el Internet en los años 60 fue el de vincular grandes computadoras que se encontraban en distintas facultades dentro de una misma universidad. La segunda; fase de Institucionalización (1975 - 1995) en la cual instituciones de gran importancia en los Estados Unidos como el departamento de defensa financiaron la creación llamada en ese entonces y hasta ahora el internet. La tercera: Fase de comercialización (1995 - hasta la presente fecha) Las empresas privadas comenzaron a tener participación en la distribución del Internet como un servicio local a los ciudadanos, lo cual produjo que para el año 2000 el uso del Internet pueda ser utilizado más allá de la universidad y las instalaciones militares. En la tabla 1 se puede apreciar la evolución del internet desde 1961 hasta 2013.

Tabla 1 : Desarrollo de la línea de tiempo de Internet

Año	Evento
FASE DE INNOVACIÓN 1961-1974	
1961	Leonard Kleinrock, publica artículo sobre las redes (conmutación de paquetes)
1962	Joseph Carl Robnett Licklider escribe un memo llamado "Red informática Intergaláctica" (nace la red informática mundial)
1969	ARPA se fusiona con BBN Technologies para crear ARPAnet (Se envía el primer mensaje a Stanford)
1972	Ray Tomlinson, Inventa el correo electrónico y Larry Roberts escribe el primer programa utilitario de correo electrónico (Nace la primera aplicación determinante)

1973	Bob Metcalfe creador de las primeras computadoras de escritorio conectadas en una red de área local, inventa Ethernet (permite el desarrollo de las redes de área local entre cliente/servidor) y las redes de área local.
1974	Vint Ceff (Stanford) y Bob Kahn (BBN Technologies) presentan los conceptos de redes de "arquitectura abierta" y TCP/IP (las computadoras y redes pueden trabajar en conjunto sin importar que sistemas operativos o protocolos de red locales utilizan.)
FASE DE INSTITUCIONAL 1975-1995	
1977	Lawrence Landweber, es una red pionera para la universidad de U.S. (Límite para el desarrollo del Internet global)
1980	Se adopta oficialmente al TCP/IP como el protocolo de comunicaciones estándar. (Se inventan las computadoras personales de escritorio Altair, Apple e IBM).
1984	Apple Computer presenta el programa HyperCard que permite al usuario pasar de una página o registro a otra. (Aparece el Sistema de nombres de dominio DNS por sus siglas en inglés).
1989	Tim Berners-Lee propone una red mundial de documentos hiperlanzados llamada HTML (Nace un concepto de servicio soportado por Internet llamado World Wide Web, basadas en páginas HTML).
1990	NSF crea NSFNET dejando fuera de servicio a ARPAnet.
1993	Marc Andreessen y otros investigadores inventan el primer navegador web gráfico llamado Mosaic (Facilita a los usuarios conectarse a documentos HTML).
1994	Marc Andreessen y Jim Clart forman Netscape Corporation. (Inicia el comercio electrónico mediante Hotwired.com)
FASE DE COMERCIALIZACIÓN (1995-2013)	
1995	NSF privatiza la red troncal y su operación pasa a manos de empresas comerciales. (El comercio electrónico empieza con tiendas minoristas como por ejemplo AMAZON creada por Jeff Bezos)
1998	El gobierno federal estadounidense fomenta la fundación de la Corporación de Internet para la asignación de nombres y números (ICANN. Por sus siglas en inglés).
1999	Los negocios en la web, se extienden a los servicios tradicionales. (Nace el First Internet Bank de Indiana)
2003	Se actualiza la red de alta velocidad Internet2 Abilene a 10 Gbps. (La red transcontinental es varias veces más rápidas que la red troncal existente).

2005	La NSf propone la iniciativa para desarrollar una funcionalidad para Internet. (Requiere un planteamiento integral de la tecnología de Internet existente).
2006	El comité de comercio de ciencias y transporte del senado de EU sostiene audiencia sobre "Neutralidad de las redes"
2007	Empieza el trabajo sobre la nueva Internet, niveles de servicios garantizados y fijación de diferentes precios. (El iPhone es introducido).
2008	La ISOC determina que la confianza y la identidad son elementos primordiales en Internet, lo cual promueven una iniciativa para abordar estas cuestiones. (La computación en la nube se vuelve una industria multimillonaria).
2009	Los teléfonos inteligentes se vuelven una importante plataforma (Se promulga la ley para la mejora de datos de banda ancha)
2011	ICANN expande el sistema de nombres de dominio (Usando cualquier palabra en cualquier idioma)
2012	Los fabricantes de redes domésticas y compañías web permiten de manera permanente el uso del IPv6 para sus productos y servicios (Lanzamiento mundial del IPv6).
2013	Lot (por sus siglas en inglés) o también llamado internet de las cosas llega a ser una realidad ya que es un sistema de máquinas u objetos equipados con tecnologías de recopilación de datos, de manera que esos objetos pueden comunicarse entre sí.

*Fuente: Libro: E-commerce 2014. Décima edición.
Elaborado: Por el autor*

2. EL PROCESO DE CAMBIO EN LA PROVINCIA DE EL ORO

De acuerdo al Instituto Nacional de Patrimonio Cultura del Ecuador (INPC) la provincia de El Oro se ubica al sur de la región litoral del Ecuador. Limita al Norte con Guayas y Azuay; al Sur y al Este, con la provincia de Loja y al Oeste con el Océano Pacífico. Por su posición geográfica, la superficie de El Oro abarca regiones de costa, sierra e insular su capital es Machala, conocida a nivel mundial como la Capital Bananera del Mundo. Un importante núcleo de desarrollo en la provincia es Puerto Bolívar, desde donde se exporta banano al mundo entero. (INEC, 2010, p. 31)

La provincia de El Oro cuenta con una población de 600.659 habitantes de acuerdo al portal web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado en el año 2010, y además cuenta con un incremento significativo en la cantidad de usuarios conectados al internet desde el 2012 con 159.267, 2013 con 213.847, 2014 con 280.968 y 2015 con 291.946 usuarios según muestra la tabla 2, lo que indica que los ciudadanos de esta provincia les están dando mucha más importancia

al internet y esto permite a las empresas obtener una ventaja competitiva si utilizan de manera eficiente esta herramienta.

Tabla 2 : Numero de usuarios conectados

	dic-12	dic-13	dic-14	mar-15
PROVINCIA	Estimado de usuarios totales	Estimado de Usuarios Totales	Estimado de Usuarios Totales	Estimado de Usuarios Totales
Azuay	250.114	267.129	362.447	311.931
Bolívar	38.225	51.408	64.817	59.592
Cañar	52.869	72.141	81.457	85.464
Carchi	31.181	45.630	55.723	54.829
Chimborazo	155.076	192.689	232.043	257.390
Cotopaxi	151.078	132.322	159.707	153.410
El Oro	159.267	213.847	280.968	291.946
Esmeraldas	87.033	112.973	128.635	137.037
Galápagos	18.526	21.335	24.669	17.526
Guayas	1.484.620	1.855.249	2.225.995	2.357.103
Imbabura	120.943	149.728	189.258	218.386
Loja	125.875	174.904	199.657	220.354
Los Ríos	87.269	125.769	160.500	165.732
Manabí	191.327	291.545	398.911	443.251
Morona Santiago	37.470	50.216	63.687	62.870
Napo	38.984	49.905	55.776	62.133
Orellana	32.138	47.547	63.044	60.325
Pastaza	39.267	50.115	57.734	62.360
Pichincha	2.189.318	2.437.531	2.804.135	3.085.091
Santa Elena	54.899	76.361	101.054	97.327
Santo Domingo de los Tsáchilas	113.296	139.236	174.626	200.263
Sucumbíos	33.707	50.795	66.296	69.241
Tungurahua	193.631	239.004	303.550	351.017
Zamora Chinchipe	24.512	32.826	42.280	40.677
Zonas No Delimitadas	-	-	104	124.000
Operadoras Móviles	3.300.480	4.205.577	5.174.663	-
TOTAL GENERAL	9.011.105	11.085.782	13.471.736	8.865.379

Fuente: (Superintendencia de telecomunicaciones, 2015)

Actualmente, esta provincia cuenta con 27 proveedores de servicios de internet según datos de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones mostrado en la tabla 3 y publicado en su portal web en Septiembre del 2013 y además de esto, cuenta con un incremento en los negocios de cibercafés de 77 registrados en Diciembre de 2013 a 85 registrados hasta Noviembre de 2014. Nunes (1999) indica: “Que los cibercafés funcionan como “espacios de otro lugar” (“spaces of elsewhere”), en los cuales el potencial de desplazamiento en el ciberespacio resulta ser un modo de membresía”. Este es un indicador muy importante ya que nos permite entender como el ciudadano de esta provincia está interesado en el uso del internet como medio de comunicación e información.

Tabla 3 : Listado de Cibercafés registrados

PROVINCIA	dic-13	nov-14
Azuay	104	109
Bolívar	34	34
Cañar	26	30
Carchi	14	14
Chimborazo	151	158
Cotopaxi	48	49
El Oro	77	85
Esmeraldas	22	22
Galápagos	25	25
Guayas	439	499
Imbabura	101	102
Loja	70	75
Los Ríos	36	46
Manabí	105	117
Morona Santiago	18	19
Napo	16	17
Orellana	22	27
Pastaza	25	26
Pichincha	764	781
Santa Elena	35	37
Santo Domingo de los Tsáchilas	73	77
Sucumbíos	14	14
Tungurahua	132	133
Zamora Chinchipe	16	17
TOTAL	2367	2513

Fuente: Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones.

3. EL OBJETO DE ESTUDIO

Este trabajo se encuentra centrado en la información proveniente del ranking general 2013 de la Superintendencia de Compañías y valores (SC) del Ecuador, la cual ha mostrado en su base de datos que la Provincia de El Oro cuenta con 10 empresas importantes según la siguiente metodología de cálculo realizada por este organismo gubernamental:

METODOLOGÍA DE CÁLCULO

Para la elaboración de las “Mil Compañías más importantes en el Ecuador en el año 2013” o “Ranking General” se seleccionó el siguiente método de cálculo:

- a) Se consideraron las compañías activas que presentaron su información financiera en NIIF para el año 2013 (41.605 compañías informantes al 08 de julio de 2014).
- b) Las variables económico-financieras seleccionadas fueron: activos (a), patrimonio(p) e ingresos(i);
- c) Se realizó la sumatoria de todas la compañías en cada una de las variables: sum (a), sum (p), sum(i)
- d) Se determinó un valor total de las sumatorias de las tres variables: $RNIIF = [\text{sum (a)} + \text{sum (p)} + \text{sum (i)}]$
- e) La sumatoria de las tres variables de todas las compañías seleccionadas permitió asignar, un peso diferenciado para cada variable: $NIIF = [\text{sum (a)} / RNIIF]$, $[\text{sum (p)} / RNIIF]$ y $[\text{sum (i)} / RNIIF]$
- f) Con los resultados obtenidos se determinó el siguiente orden de prelación: ingresos, activos y patrimonio
- e) Mediante este sistema se asignó a las diferentes compañías un índice PONDERADO de sus respectivas variables, el cual mediante ordenamiento determinó su posición en cada grupo;
- f) El valor total agregado de las tres variables de NIIF, se utilizó para determinar la participación porcentual de cada grupo y, consecuentemente, el correspondiente número de compañías de cada uno de los grupos.
- g) Adicional al ranking general, este año se han elaborado rankings de las siguientes variables: activos, ingresos, patrimonio, utilidad neta y personal ocupado.

El actual Gobierno lanzó un programa llamado El Plan Nacional del Buen Vivir el 13 de Febrero del 2013. Este programa se encuentra diseñado con varias estrategias y objetivos que se están implementando en la política pública del Ecuador, una de estos objetivos es el asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica, lo que según El Plan nacional del Buen Vivir (2013) afirma:

La información y el conocimiento tienen un rol primordial en la construcción de una nueva sociedad. Esto ha generado un nuevo impulso del gobierno hacia los territorios digitales. La mayoría de las instituciones públicas y privadas a nivel nacional no proporciona servicios ni trámites que permitan acceder a servicios de calidad por medios electrónicos. En el mejor de los casos, se ofertan aplicaciones informativas, cuando el verdadero requerimiento es transaccional. Esta problemática es más grave cuanto más lejos se encuentre la población de las oficinas centrales en las que se realizan los trámites administrativos y/o la prestación física de estos

servicios, lo que acentúa la exclusión social y castiga a la población mas alejada de los centros urbanos. (p. 319)

La provincia de El oro cuenta con los siguientes 14 cantones y cada uno cuenta con su respectivo sitio oficial web presentado en la tabla 4, lo cual nos permite analizar que el actual programa de gobierno está implementando con éxito su objetivo, que es el poder brindar información actualizada a los ciudadanos que viven en cada uno de estos cantones.

Tabla 4 : Cantones de la Provincia de El Oro con sus sitios Web

Cantón	Sitio Web
Arenillas	www.arenillas.gob.ec
Atahualpa	www.gaddeatahualpa.gob.ec
Balsas	www.balsas.gob.ec
Chilla	www.chilla.gob.ec
El Guabo	www.elguabo.gob.ec
Huaquillas	www.huaquillas.gob.ec
La Lajas	www.laslajas.gob.ec
Machala	www.machala.gob.ec
Marcabelí	www.marcabeli.gob.ec
Pasaje	www.municipiodepasaje.gob.ec
Piñas	www.pinas.gob.ec
Portovelo	www.portovelo.gob.ec
Santa Rosa	www.santarosa.gob.ec
Zaruma	www.zaruma.gob.e

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaborado por: El autor

4. METODOLOGÍA

El estudio se centra en dos ejes. Por un lado se analiza la información actualizada de los portales web de las 10 empresas más importantes de la provincia de El Oro, según los datos de la Superintendencia de Compañías (SC) del Ecuador, y por otro lado se analiza el rendimiento en tiempo de carga en línea de las mismas utilizando la herramienta PAGESPEED, la cual fue creada por la Empresa Google para que los desarrolladores web puedan analizar el contenido de las páginas web mostrando datos y sugerencias que nos permiten mejorar el tiempo de carga y el rendimiento de las mismas.

Pagespeed utiliza los siguientes factores para analizar el rendimiento de una página web. Google (2014) afirma:

- 1- Tiempo de carga en la mitad superior de la página: tiempo transcurrido desde el momento en que un usuario solicita una página nueva hasta que el navegador muestra el contenido de la mitad superior.
- 2- Tiempo de carga completa de la página: tiempo transcurrido desde el momento en que un usuario solicita una página nueva hasta que se muestra completamente en el navegador.

Adicionalmente a estos factores la empresa nos comunica que dado que el rendimiento de una conexión de red varía considerablemente, PageSpeed solo tiene en cuenta los aspectos de rendimiento ajenos a la red: la configuración del servidor, la estructura HTML de la página y el uso de recursos externos como imágenes, JavaScript y CSS (Google, 2014). Por lo tanto podemos decir que además de seguir con las recomendaciones de la herramienta tenemos que analizar la conexión de red del usuario, porque de esto dependerá el rendimiento completo de la página web.

Para realizar el análisis de cada portal web empresarial se ha utilizado un sistema de puntuación aplicado a cada uno de los indicadores y el tratamiento posterior se ha realizado con el software SPSS. De esta forma tenemos puntos de 0 a 2 en cada estudio como se puede visualizar en las siguientes tablas:

Tabla 5: Servicios de Información	
0	No hay información
1	Existe información sin actualizar
2	Existe información actualizada

Elaborado por: El autor

Tabla 6: Rendimiento de tiempo de carga	
0	Contiene buen rendimiento de tiempo de carga en línea
1	Contiene rendimiento medio de tiempo de carga en línea
2	Contiene un mal rendimiento de tiempo de carga en línea

Elaborado por: El autor

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Resultados obtenidos de los portales web empresariales y sus servicios de información.

Las tablas que aparecen a continuación representan el análisis de las 10 empresas más importantes de la Provincia de El Oro. Para su mejor comprensión la tabla 7 muestra los nombres de las empresas y el análisis de sus portales web, lo que es importante recalcar que hasta la fecha de realización de este estudio cuatro portales web empresariales no presentaban ninguna información en el internet.

Tabla 7: Empresas y sus servicios de información	
1. OBSA	1. Información sin actualizar
2. DYNASTIA	2. Actualizada
3. OCEANPRODUCT	3. No hay Información
4. BIRA	4. No hay información
5. SOMILOR	5. Actualizada
6. GRANCOL	6. Actualizada
7. GRANCALI	7. No hay información
8. AUSUR	8. No hay información
9. PCC	9. Actualizada
10. MARECUADOR	10. Actualizada
<i>Elaborado por: El autor</i>	

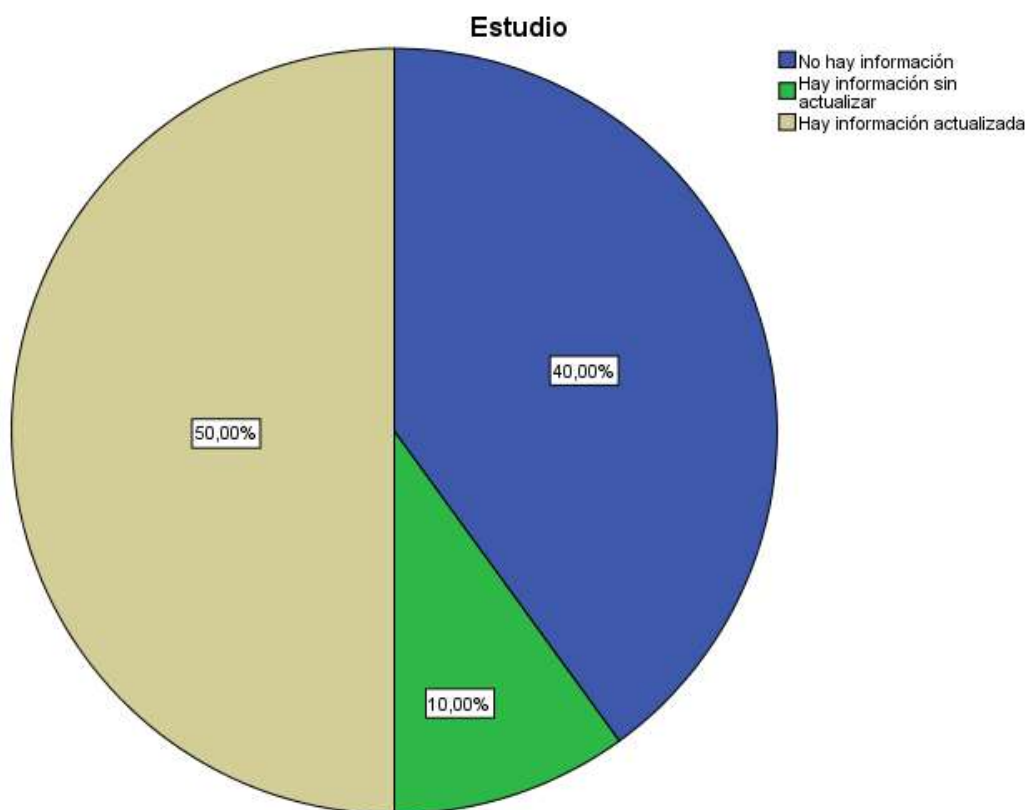
La tabla 8 y el grafico 1 recogen los resultados del estudio de la información que brindan estas empresas a los ciudadanos de esta provincia, lo cual nos permite analizar que el 50 por ciento contiene información actualizada, el 40 por ciento no poseen información alguna de sus actividades empresariales y un 10 por ciento muestra un portal web con información desactualizada.

Tabla 8: Estudio de la información en los portales web empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No hay información	4	40,0	40,0	40,0
	Hay información sin actualizar	1	10,0	10,0	50,0
	Hay información actualizada	5	50,0	50,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Elaborador por: El Autor

Grafico 1: Estudio de la información en los portales web empresariales



Elaborado por: El autor

5.2 Resultados obtenidos de los portales web empresariales y sus rendimientos de tiempo de carga en línea.

Las tablas que aparecen a continuación representan el análisis del rendimiento de carga en línea de las 6 empresas que tienen portales web, ya que 4 de ellas no tienen un URL. Laudon (2014) afirma: “El localizador uniforme de recursos (URL) es la dirección utilizada por un navegador web para identificar la ubicación del contenido en la web” (p. 108). Para su mejor comprensión la tabla 9 muestra los nombres de las empresas y su respectivo rendimiento en línea.

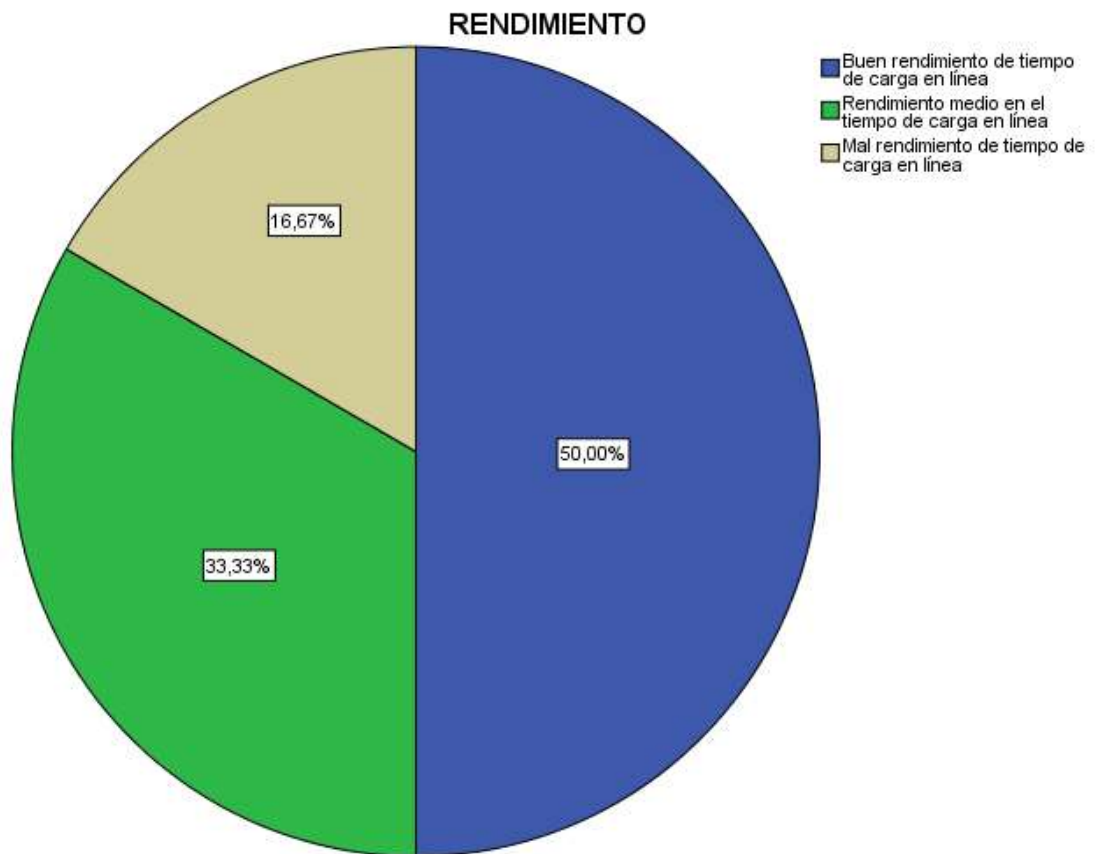
Tabla 9: Empresas y sus rendimientos de tiempo de carga	
1. OBSA	1. Buen rendimiento
2. DYNASTIA	2. Rendimiento medio
3. OCEANPRODUCT	3. No hay un URL para analizar
4. BIRA	4. No hay un URL para analizar
5. SOMILOR	5. Rendimiento medio
6. GRANCOL	6. Mal rendimiento
7. GRANCALI	7. No hay un URL para analizar
8. AUSUR	8. No hay un URL para analizar
9. PCC	9. Buen Rendimiento
10. MARECUADOR	10. Buen Rendimiento
<i>Elaborado por: El autor</i>	

La tabla 10 y el grafico 2 recogen los resultados del rendimiento de carga en línea de las empresas que contienen un portal web, lo cual nos permite analizar que el 50 por ciento tiene un buen rendimiento en el tiempo de carga, el 33.3 por ciento tiene un rendimiento medio en su tiempo de carga y el 16.7 por ciento contiene un mal rendimiento de tiempo de carga en línea.

Tabla 10: Estudio del rendimiento de tiempo de carga de los portales web empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buen rendimiento de tiempo de carga en línea	3	50,0	50,0	50,0
	Rendimiento medio en el tiempo de carga en línea	2	33,3	33,3	83,3
	Mal rendimiento de tiempo de carga en línea	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	
Elaborador por: El Autor					

Grafico 2: Estudio del rendimiento de tiempo de carga de los portales web empresariales



Elaborado por: El autor

6. CONCLUSIÓN

El estudio de los portales Web empresariales, define a las compañías que se encuentran en la provincia de El Oro como poco preparadas para invertir en un portal web que informe a los ciudadanos cercanos al sector de los servicios y productos que ellos ofrecen. Esta situación representa una desventaja frente al Plan Nacional del Buen Vivir que está llevando el gobierno actual y el cual muestra todos los cantones de esta provincia con información actualizada en sus portales webs. Los empresarios en la actualidad deben entender que el internet es la principal herramienta que utilizan las compañías para crecer exponencialmente y les permite presentar información de su empresa, productos y servicios, las 24 horas al día y los 365 días al año. Además de esto, les permite reforzar la imagen corporativa de la empresa, lo cual atrae clientes potenciales cuando ellos visiten el portal web y puedan tener una idea más completa de los servicios y productos que ofrece.

En la conclusión se puede analizar que el interés de la empresa privada por desarrollar un portal web como medio de información para el ciudadano de la provincia o del país es de un 50 por ciento, lo cual no es un mal indicador ya que en un futuro se podría dar lugar a un desarrollo un poco más equilibrado si se diseñase un programa de capacitación para empresas en esta provincia.

Cabe recalcar que un portal web con un modelo de comercio electrónico bien estructurado posee una gran ventaja competitiva y esto apenas ha sido abordado en esta provincia lo cual puede ser un campo de investigación muy productivo, y que actualmente está inexplorado.

7. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

Aguado J. Feijoo C. Martínez I (2014). "La comunicación móvil" Editorial: Gedisa. Estados Unidos

Calderon D. (2010). "Comercio electrónico: una perspectiva tributaria mexicana" Editorial: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México

Chaffey D, Ellis – Chadwick F, Johnston K, Mayer R. (2006) "Internet Marketing: Strategies, Implementation and Practice" Editorial: Pearson Education, England.

Chaffey D, (2009) "E-Business and E-commerce management" Editorial: Pearson Education Limited, USA.

Chaffey D, Smith P, (2011)"Emarketing Excellence" Editorial: Routledge, USA.

Comer Douglas. (2007) Chapter 2: Getting Started Hands on experience. *The Internet book*. Pearson Education Inc. Estados Unidos., pp. 8

Gámez A. (2011). "El comercio electrónico internacional / International E-Commerce: Las Webs que consiguen exportar / Export Web Sites" Editorial: Formación Alcalá. Estados Unidos

García R. Merino J. Somalo I. (2011) "El Libro del comercio electrónico". Editorial: ESIC. Madrid

González O. (2011) "comercio Electrónico" Editorial: Anaya Multimedia. Estados Unidos

Jelassi T, Enders A. (2004) "Strategies for e-business" Pearson Education Limited, England.

Laudon K, Traver C. (2014): Chapter 2: "E-commerce infrastructure: The Internet Web and mobile platform". *E-commerce 2014 business.technology.society*. Pearson Global edition. Estados Unidos., pp.100-104

Murphy N. The evolving Internet, driving forces, uncertainties, and four scenarios to 2025. Editorial Cisco. San Francisco., pp. 2

Reyes O. (2013). "Nuevas Tendencias en el negocio Electrónico" Editorial: Palibrio. Estados Unidos

Rosell José (2013). "Comercio Electrónico" Editorial: CTO. USA

Scheinder G. (2011) "Electronic Commerce" Editorial: Course Technology, USA.

SEMLADES (2009-2013) "Plan Nacional del Buen Vivir: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural" Editorial: El Conejo, Ecuador

Valzate Almudena (2013). "Tendencias en el marketing digital y el comercio electrónico" Editorial: Roble. USA

PÁGINAS WEB:

Superintendencia de compañías y valores, (2013): Ranking de las 1000 empresas más importantes del Ecuador: Ranking General. Disponible en: www.supercias.gon.ec/portalinformación/portal/index.php. Consultado en 04/05/2015 a las 10h30

Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones, (2014). Información técnica de los usuarios conectados de los años: 2012, 2013, 2014, 2015. Disponible en: http://controlenlinea.supertel.gob.ec/wps/portal/informacion/informaciontecnica/internet/estHomologestHomo!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijY08DAw8_A28DUJcHQ0cg50d3QPDTAwNQP30w1EVWHh7GglVGFp6-TuZGRsEGulHUaLfylQ4_QY4gKMBYf1RaErMTVwMHJ39HC29jJ0NDIJM0RVg8SJeBSA_gBXgcWgBXgcWRBbmh7qjoilA8BNTag!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/. Consultado en 11/05/2015 a las 11h32

Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones, (2014). Información de los servicios de Internet. Disponible en: http://controlenlinea.supertel.gob.ec/wps/portal/informacion/informaciontecnica/internet!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijY08DAw8_A28DcxNXAwcnf0cLb2MnQ0Mgkz1w1EVWHh7Gho4Bhtaevk7mRkbBBRpR1Gi38iERP2YCKd6DXAARwOg_ihUK7D4AK8CkBMJWVKQGxoaYZDpCQCkB1sm/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/. Consultado el 14/05/2015 a las 10h35

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Fascículo Provincial de El Oro. Disponible en: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf. Consultado el 20/05/2015 a las 15h26

Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (2014). Posición Geográfica de la provincia de El Oro. Disponible en: <http://www.inpc.gob.ec/direcciones-regionales>. Consultado el 23/05/2015 a las 16h55