

EL GOBIERNO ELECTRÓNICO COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN

Autores: Irene Sánchez González¹, Francisco Benítez Luzuriaga², Mayiya Lisbeth González Illescas³.

Institución: Universidad Técnica de Machala, Ecuador¹⁻²⁻³.

Correos electrónicos: isanchez@utmachala.edu.ec; fbenitez@utmachala.edu.ec; mlgonzalez@utmachala.edu.ec

EL GOBIERNO ELECTRÓNICO COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN

RESUMEN

El objetivo de la investigación radica en establecer la situación actual del uso de las herramientas tecnológicas en Ecuador por parte del Gobierno y los diferentes usuarios de sus dependencias. Para el estudio se utilizaron fuentes secundarias, bases de datos de instituciones confiables y revisión histórica. Los principales resultados señalan que en el Ecuador del total de la población el 50% utiliza internet y el país ocupa el puesto número 74 en el ranking mundial de gobierno electrónico. Una mezcla inteligente de estrategias de marketing on line y off line permite llegar a todos los segmentos en Ecuador, lo que se convierte en una herramienta de inclusión social.

INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como propósito caracterizar la situación actual del uso de las herramientas tecnológicas en Ecuador por parte del Gobierno, en mejorar la calidad de los servicios brindados a los ciudadanos fomentando la inclusión. Para el análisis se considera la rápida introducción del internet y su vertiginoso crecimiento en el país, lo que ha permitido el desarrollo de varias industrias, en los campos científico y económico, así como en los procesos de liberación de los mercados y la globalización de la economía (Vega, 2015).

La información que se maneja en internet, en el comercio electrónico, gobierno electrónico y en el marketing digital, constituye un papel fundamental en el contexto, pues tiene la capacidad de influir en los consumidores para realizar una compra o adquirir un comportamiento frente a una marca determinada. El objetivo del estudio radica en la importancia de hacer una radiografía en el Ecuador, y conocer el estado actual en el que se encuentra la evolución del consumidor convencional al consumidor digital.

Una tendencia actual que debe preocupar a todos los negocios es la necesidad imperiosa de conocer a los shoppers (compradores), (Matute, Cuervo, Salazar, & Santos, 2012), debido a que el acceso a la información, les permite convertirse en consumidores inteligentes, exigentes con la calidad, el precio, pues se informan y comparan entre varios ofertantes antes de realizar la compra. De ahí nace la hipótesis de la investigación, el E Commerce, y el E Government son herramientas de marketing para permanecer posicionado positivamente y en permanente gestión para fidelizar a los clientes, consumidores y ciudadanos.

Las empresas que interpretan adecuadamente la cultura del Internet, priorizarán las actividades para crear un canal de negocios con los clientes (Carballo, Baez, Bosowsky, & Busquets, 2006), es lo que se siente a nivel mundial y en lo que poco a poco, las empresas de Latinoamérica van incursionando, pues la demanda así lo exige. Sin embargo para

llegar a interpretar las nuevas culturas tecnológicas, las TICS, es indispensable conocer el origen del marketing e identificar que el objetivo de las empresas que adoptan esta cultura es mejorar el servicio, fidelizar, no solo vender.

Para la American Marketing Association, marketing es la actividad, conjunto de prácticas relevantes y procesos para crear, comunicar, liberar e intercambiar las ofertas que tengan valor para los clientes, los socios y la sociedad en general. (American Marketing Association) E Commerce, e marketing y E Government, apuntan a beneficiar a los consumidores de distintas formas, desde facilitar el proceso de compra, ahorrar tiempo y aporta al desarrollo de toda la sociedad, así lo afirma el informe El Comercio Electrónico y el Desarrollo 2003, de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en donde indica que los creadores de políticas, las empresas y la sociedad en general aceptan hoy que las TIC, generan una transformación económica y social que afecta a todos los países. (Matute, Cuervo, Salazar, & Santos, 2012), se habla entonces de tendencias globales.

Caracterización del E Commerce

El comercio electrónico consiste en la oferta y demanda de productos a través de mercados virtuales, es decir medios electrónicos como el internet, que nos lleva al uso de redes sociales, páginas web, tiendas virtuales, Marketplace, aplicaciones y otras redes informáticas. Para autores como Laudon y Guercio, el comercio electrónico reúne las siguientes características: difusión, publicación y comercialización de un producto o servicio, el cual se realiza dentro de las siguientes pautas: ubicuidad (se puede negociar desde cualquier lugar y en cualquier momento); alcance global (el mercado potencial para las empresas de comercio electrónico es toda la población mundial con acceso a internet); estándares (estándares internacionales globales, que disminuyen los costos de entrar al mercado para las empresas y también reduce el esfuerzo de búsqueda por parte de los consumidores), multimedia (permite enriquecer los documentos con colores, audio, texto, entre otros, con un costo muy bajo), interactividad, densidad de información (cantidad y calidad disponible) y personalización (Laudon & Guercio, 2011)

De acuerdo a (Rob & Coronel, 2003), las relaciones o tipos de comercio electrónico que se pueden realizar son: B2B negocios entre empresas, B2C, empresas que comercializan al público en general, B2G, empresas que venden a instituciones del gobierno, C2C, comercio entre consumidores.

En Ecuador realizar transacciones utilizando un computador o teléfono inteligente no son actividades extrañas, su crecimiento está en una tasa promedio de entre el 18% y 35% según el sector desde el 2013. (Del Alcazar, 2015). Los líderes de las compras y ventas que se realizan en línea son las plataformas de Amazon.com, Mercadolibre.com.ec, Aliexpress.com. Ebay.com, Alibaba.com (Alexa.com, 2015).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2014) de Ecuador, en el último estudio realizado en el año 2014, se plasmaron transacciones en internet por 540 millones de dólares, de este valor 180 millones fueron compras por medio del sistema 4 x 4 (esta resolución 023 del Consejo de Comercio Exterior, permitía importar, sin pagar impuestos hasta 4 kilos por un monto de hasta 400 dólares) (El Comercio, 2014), que contaban con un valor de 74,45 dólares, sin embargo posteriormente comenzaron a pagar adicional al transporte y servicio un valor fijo de 42 dólares, lo que provocó que este sistema de compra sea poco atractivo y se haya reducido en más del 70%. De acuerdo a Correos del Ecuador, el 89% de compras realizadas bajo el sistema 4x4 fueron en Estados Unidos y de este total más del 60% en la plataforma de Amazon.com

La tecnología ha promovido el desarrollo de leyes en materia de comercio electrónico, instituciones como: Organización de las Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio, Acuerdo de Libre Comercio de las Américas, Comunidad Andina de Naciones, Cumbre de las Américas, han contribuido a que en Ecuador se promulgue la Ley de Comercio Electrónico en el suplemento del Registro Oficial 557 del 17 de abril de 2002, cuyo objetivo es normar, regular y controlar los contratos de carácter civil y mercantil ejecutados a través de servicios de redes electrónicas, para facilitar las relaciones económicas y de comercio en el país. (Buendía, Salas, & Calero, 2015)

1.2 Caracterización del Gobierno Electrónico

Se podía definir al E Government, como a la realización de prestaciones administrativas apoyadas en las TICS, con el objetivo de ofrecer servicios a la comunidad veinticuatro horas al día, siete días a la semana. La Carta Iberoamericana de Gobierno Electrónico, lo define como, el uso de las TIC en los órganos de la Administración para mejorar la información y los servicios ofrecidos a los ciudadanos, orientar la eficacia y la eficiencia de la gestión pública e incrementar sustantivamente la transparencia del sector público y la participación de los ciudadanos. (Barragán & Guevara, 2016)

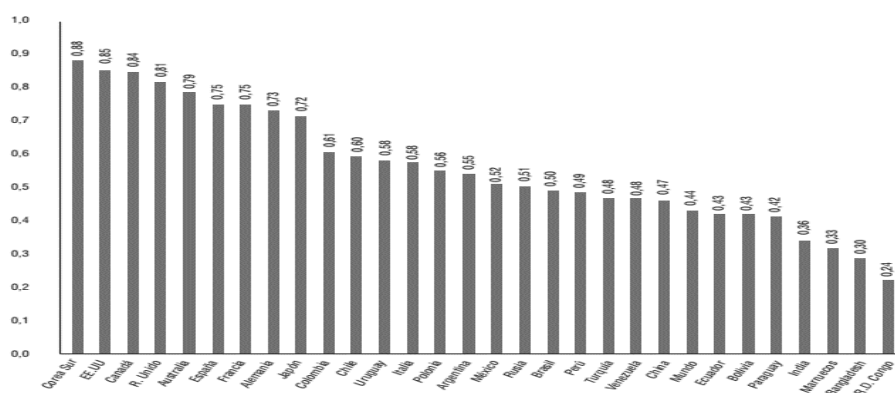
Por otro lado CELA, lo define como “capacidad y voluntad del sector público de utilizar las Tecnologías de la información y Comunicaciones para mejorar la información y el conocimiento al servicio de los ciudadanos” (EVERIS, Universidad de Navarra, 2010). Entre los principales tipos de e Government de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, están: G2C Gobierno a ciudadanos, G2B Gobierno a Empresas, G2E Gobierno a Empleados, G2G Gobierno a Gobierno. (CEPAL, 2013)

La mayoría de países desarrollados y económicamente avanzados, la utilización de las TIC'S por parte de los gobiernos a través de sus instituciones, es una realidad, las principales características del gobierno público son: el *componente económico* que resulta necesario para financiar las transformaciones necesarias, e *infraestructura* de telecomunicaciones y suministro eléctrico y capital humano. Todo esto acompañado por

una buena campaña de marketing para difundir y promocionar los servicios, acompañado y contando con que las páginas web que pertenezcan a las instituciones públicas sean: funcionales, atractivas, amigables y que tengan la facilidad para que todos los ciudadanos puedan realizar sus trámites o consultas.

Las Naciones Unidas cada dos años, realiza a través del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales un sondeo de gobierno electrónico para medir el uso de las tecnologías en los gobiernos y la capacidad que estos tienen para mejorar e incrementar la transparencia y eficiencia en la gestión pública, este es el índice de desarrollo de e-Government es el IDEG (Naciones Unidas, 2016), para el año 2010, Ecuador estaba como lo se lo puede revisar en el siguiente gráfico.

Gráfico No. 1 Índice de desarrollo de e-Government

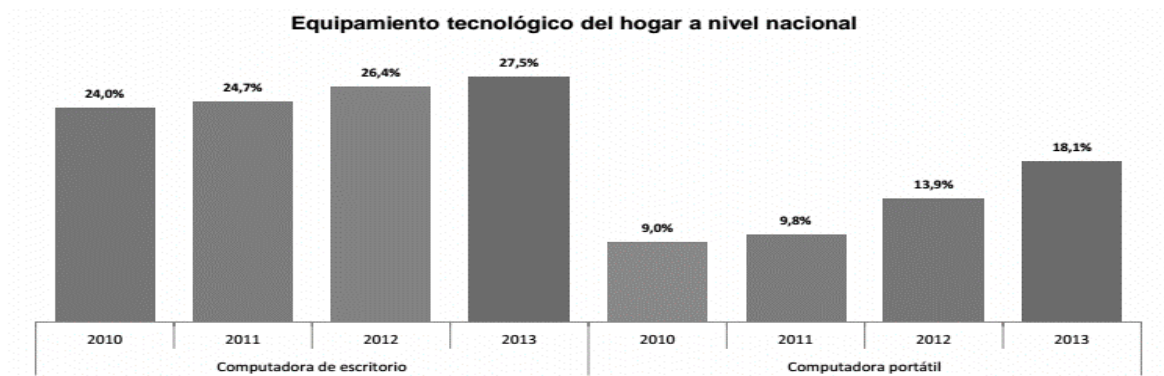


Fuente: (EVERIS, Universidad de Navarra, 2010)

En el desarrollo del e-Government, Corea del Sur encabezaba las posiciones con 0.88 puntos, mientras que Ecuador estaba en con 0.43 puntos, que conjuntamente con Bolivia y Paraguay estaban en la peor posición y en los puestos 95, 98 y 101 del mundo, del total de 193 países que pertenecen a las Naciones Unidas.

Para conocer la evolución del gobierno electrónico en el país, se revisa a continuación la historia de la progreso de la tecnología. El uso de internet se afianza a partir del año 2010, de acuerdo al informe de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013, proporcionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2013)

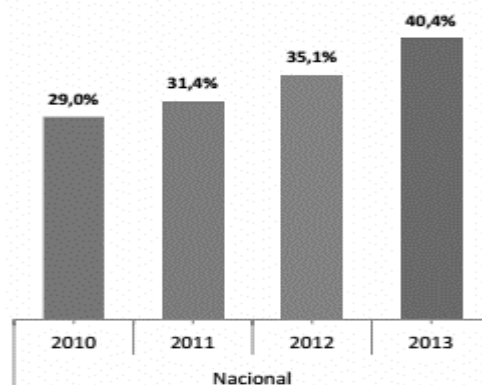
Gráfico No. 2 Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional (Ecuador)



Fuente: (Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo, 2013)

Como se puede observar en el gráfico, existe un incremento del 3.5% de computadoras de escritorios en los hogares y un incremento del 9.1% de computadoras portátiles desde el 2010 al 2013.

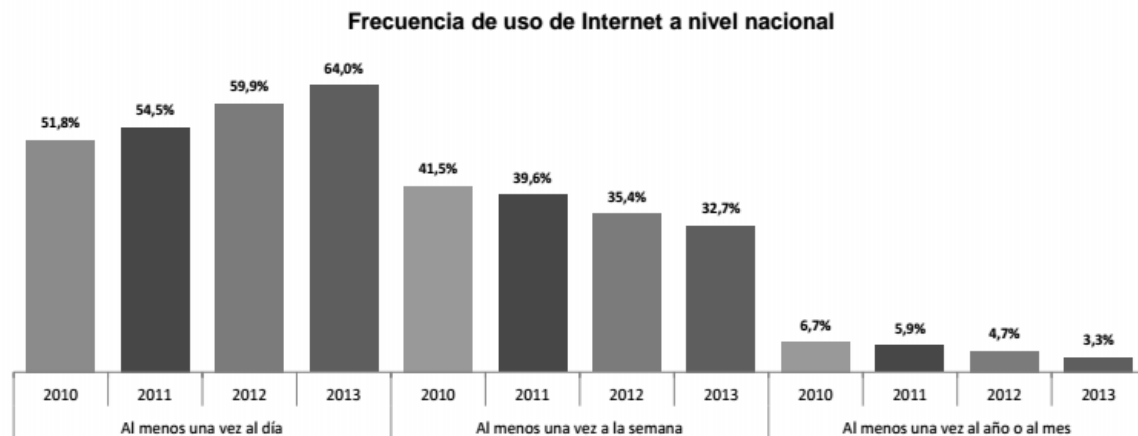
Gráfico No.3 Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos doce meses a nivel nacional (Ecuador)



Fuente (Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo, 2013)

Se puede observar claramente un incremento en la utilización del internet, el 40.4% de la población ha utilizado el servicio.

Gráfico No. 4 Frecuencia de uso de internet a nivel nacional



Fuente (Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo, 2013)

Para el 2013, el 64% de la población accede a internet por lo menos una vez al día. El 32% al menos una vez a la semana y el 3% una vez al mes. El incremento más notorio es en el uso diario del internet.

Para el año 2014, un año después de conocer los resultados arriba indicados, el Gobierno ecuatoriano, presenta el Plan Nacional de Gobierno Electrónico 2014-2017, los principales objetivos, giran en torno a tres ejes principales, gobierno cercano, gobierno abierto y gobierno eficiente y eficaz, en donde se involucra a las ciudadanas y ciudadanos, Gobierno, sector productivo, servidoras y servidores públicos. (Secretaría Nacional de la Administración Pública , 2014)

2.- Materiales y Métodos

Para el estudio realizado durante el año 2016, se consideró la historia del Ecuador en medios tecnológicos desde el año 2010, tanto para el comercio como para el gobierno electrónico, se empleó el método cualitativo, documental, utilizando fuentes secundarias como con revisión bibliográfica de las principales entidades públicas y privadas, para E Commerce, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, investigaciones de revistas especializadas, evento e Commerce day , Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), entre otros. Para el caso de E Government, las bases de datos de la Secretaría Nacional de la Administración Pública, Secretaría de Gobierno Electrónico, Estudio de las Naciones Unidas, INEC, Ecuador en Cifras, Consejo de Regulación y Desarrollo, de la Información y la Comunicación, Ecuador Universitario, Ministerio de Industria y Productividad, entre otros. Se tomaron en cuenta artículos y documentos importantes relacionados con los temas de estudio.

El Universo en el análisis del E Commerce lo constituyen el total de las empresas del país, es decir 704.556 empresas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014), para el caso del E Government lo constituyen los sectores que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación a favor del desarrollo económico social del país, para los cuales se

utilizaron las técnicas de observación con medios electrónicos e internet. Así mismo se consideró el acceso de los consumidores a la tecnología y su respectiva utilización, en donde el universo es de 16'320.179 habitantes de acuerdo al INEC para el año 2015. Una vez identificados las empresas e instituciones, se organizaron y clasificaron para tener una radiografía del mercado digital de Ecuador.

3.- Resultados y Discusión

3.1 E Commerce

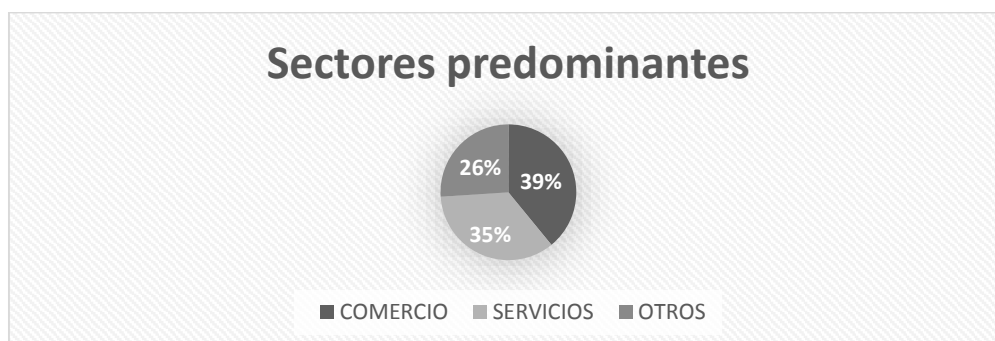
El Instituto Nacional de Estadística y Censos, conjuntamente con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, proporcionan el directorio de empresas actualizado al año 2014, que a continuación se presentan:

Gráfico No.5 Clasificación de las empresas de Ecuador



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014), Elaboración: Autores
De acuerdo con la investigación del 100% de las empresas (704.556), el 89.60% corresponde a las microempresas, seguido del 8.2% pequeñas, 1.7% medianas y 0.5% grandes empresas.

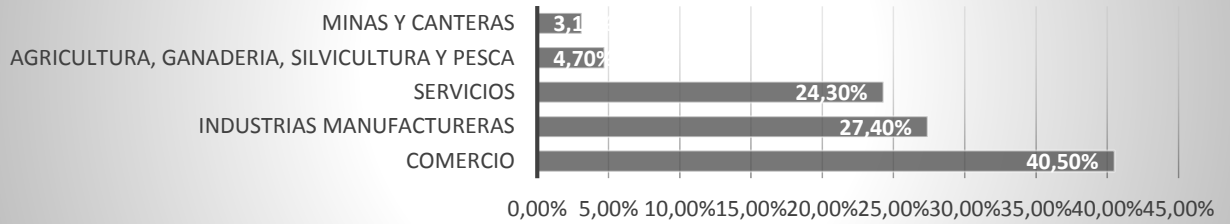
Gráfico No. 6



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014), Elaboración: Autores
Los sectores que predominan en las empresas son el comercio con el 39%, los servicios con el 35% y otro con el 26%.

Gráfico No. 7. Ventas por sectores

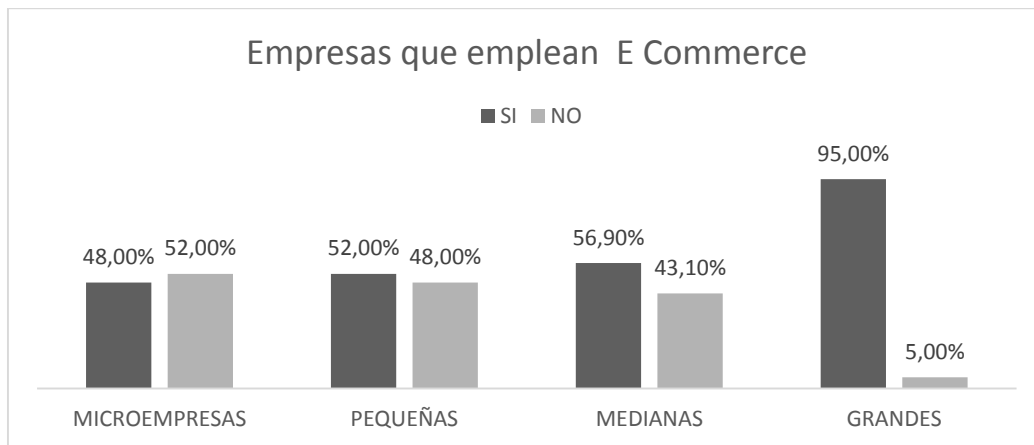
Ventas por sectores



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014), Elaboración: Autores

El principal sector es el comercio con el 40.5%, seguido por la industria manufacturera 27.4%, servicios con el 24.3%, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 4.7% y minas y canteras con el 3.1%.

Gráfico No. 8. Empresas que emplean E Comercio



Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones de la Información, 2015), Elaboración: Autores

En el estudio realizado en el 2015 por el Ministerio de Telecomunicaciones de la Información señala que del total de microempresas el 48% utiliza internet y otras herramientas informáticas así como redes sociales para sus actividades, del segmento de las empresas pequeñas tenemos el 52%, de las medianas el 56.9%, y las grandes con el 95%.

De acuerdo a las estadísticas la mayor parte de las transacciones de E Commerce se concentran en bancos, instituciones financieras e instituciones públicas, seguidas por pago de educación, viajes y compras en línea. Las principales motivaciones para realizar transacciones en línea por parte de los usuarios, son principalmente ahorro de tiempo y esfuerzo, facilidad y comodidad, es más económico.

3.2 Consumidores

Gráfico No. 9 Estado de la tecnología en Ecuador 2015



Fuente: (INEC Estadísticas Sociales_TIC 2015, 2015)

Para el año 2015, de acuerdo a la investigación el 30% de los hogares tiene una computadora de escritorio, el 92.4% de los hogares tiene un teléfono celular, el 34.7% tiene acceso a internet y 2'807.282 personas usan redes sociales a través de un smartpnone.

El estudio realizado por Formación Gerencial, actualizado al mes de enero del 2015, nos revela la siguiente información:

Existen 8.5 millones de usuarios de internet en Ecuador, hablando de redes sociales y su uso, Facebook continua siendo líder absoluto habiendo captado 8.1 millones de usuarios en el país., de ellos el 69% accede desde sus dispositivos móviles (Del Alcazar J. , 2015), Twitter cuenta con 2 millones de usuarios de los cuales el 53% accede a la red desde sus teléfonos. LinkedIn, la red social profesional se consolida también como una de las más importantes del país, con más de 1'251.148 usuarios registrados.

Gráfico No. 10 Ranking de E Commerce Ecuador

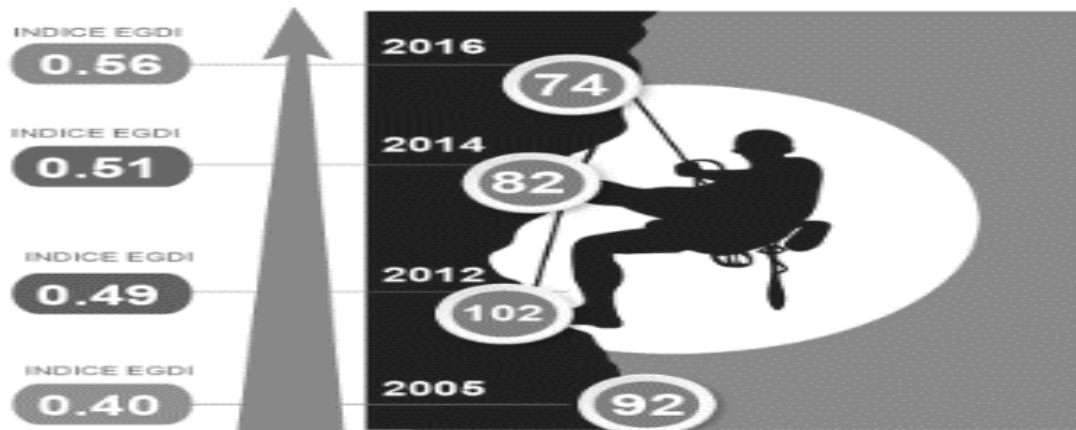
RANKING E-COMMERCE WEB ECUADOR ENERO 2015	
1	Mercadolibre.com.ec
2	Despegar.com.ec
3	Lan.com
4	Deprati.com.ec
5	Comandato.com
6	Tame.com.ec
7	Avianca.com

Fuente: (Alexa.com, 2015)

Las principales empresas son Mercado Libre (compra y venta de productos y servicios), Despegar (viajes y hoteles), Lan (línea aérea), De prati (ropa, bisutería y artículos para el hogar), Comandato (comercialización de electrodomésticos), Tame y Avianca (líneas aéreas).

3.3. E Government

Gráfico No. 11 Desarrollo de Gobierno Electrónico n Ecuador

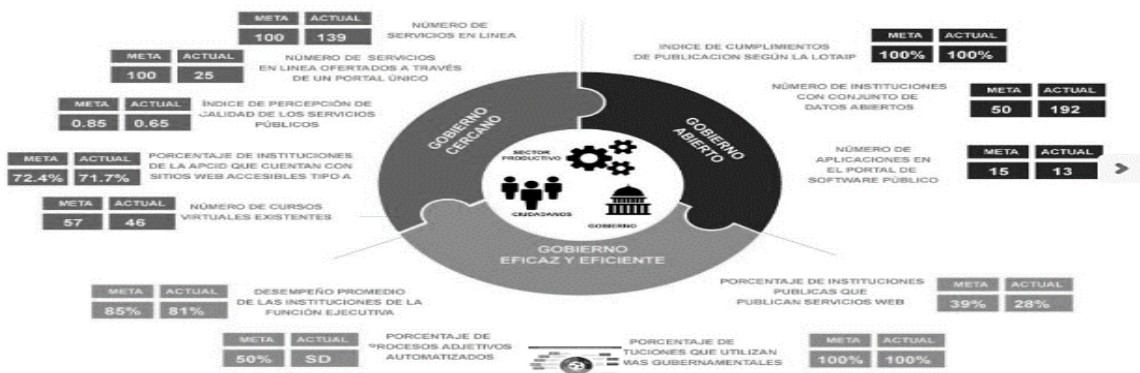


Fuente: (Gobierno Electrónico Ecuador, 2016)

El ranking mundial de gobierno electrónico establecido por la Organización Naciones Unidas, en donde se incluye a 193 países mediante el índice (EGDIE), posicionó al Ecuador para el año 2016 en el puesto 74 con un índice del 0.56 como se puede observar en el gráfico (en donde se refleja el desarrollo a partir del 2005), lo que significó escalar 28 puestos respecto al año 2012 y estar sobre la media mundial que es de 0.49.

Para el 2016, Reino Unido encabeza el ranking mundial, en Latinoamérica Uruguay encabeza la posición y Ecuador está en el puesto No. 10 y 74 a nivel mundial.

Gráfico No. 12 Indicadores del Plan Nacional del Gobierno Electrónico



Fuente: (Gobierno Electrónico Ecuador, 2016)

En el resumen de indicadores del Plan Nacional a septiembre 2016, revela que existen 139 servicios en línea (Gobierno cercano), 192 instituciones con conjunto de datos abiertos (Gobierno Abierto), el 100% de las instituciones utilizan sistemas gubernamentales (Gobierno eficaz y eficiente).

Gráfico No. 12 Ranking de E-Government

RANKING PÁGINAS WEB GOBIERNO ECUADOR ENERO 2015	
1	Sri.gob.ec
2	Iess.gob.ec
3	Educacion.gob.ec
4	Biess.fin.ec
5	CompraspUBLICAS.gob.ec
6	Ant.gob.ec
7	Mri.gob.ec
8	Socioempleo.gob.ec
9	Relacioneslaborales.gob.ec
10	Funcionjudicial.gob.ec

Fuente: (Alexa.com, 2015)

Encabeza el ranking, el Servicio de Rentas Internas, luego el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en tercer lugar el Ministerio de Educación, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Compras Públicas, Agencia Nacional de Tránsito, Ministerio de Relaciones Laborales, Socioempleo, Relaciones Laborales y finalmente la página de Función Judicial.

CONCLUSIONES

La investigación permite afirmar la hipótesis; el E Commerce, y el E Government son herramientas de marketing, las mismas que buscan permanecer posicionado positivamente y en permanente gestión para fidelizar a los clientes, consumidores y ciudadanos, con el beneficio de que las empresas y gobiernos reducen sus costos y aumentan sus ingresos.

En Ecuador según el INEC, existen 16'320.179 de habitantes, de los cuales 8.5 millones tienen acceso a internet, los datos de compras en línea están actualizadas al año 2013, y registran 700 millones de dólares. Lo positivo es que fuentes como el INEC, Cámara de Comercio de Guayaquil y Linio, coinciden que las transacciones en línea crecerán en un 42% hasta el 2018. (Expreso.ec, 2015).

Otro punto importante es que el 51% de transacciones en línea se cumplen las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, mientras que el segmento de personas que mayormente se conecta a internet oscila entre los 15 y 35 años, siendo las principales razones, búsqueda de información, estudio y trabajo. Sin embargo es importante destacar que aún existe analfabetismo digital en el país, y las TICS no son aprovechadas al máximo. Conociendo que los negocios en línea son el futuro, deben intervenir diferentes organismos gubernamentales y no gubernamentales en capacitación digital, sobre todo a los estudiantes de escuela, colegio y universidades.

La investigación de (Buendía, Salas, & Calero, 2015), permiten determinar que los consumidores consideran que aún falta información como consumidor digital, existe desconfianza al momento de brindar datos de tarjetas de crédito. Por otro lado el Gobierno Electrónico determina que existe un alto grado de satisfacción de los ciudadanos debido a

que existe mayor transparencia en los procesos, ahorro de tiempo en la atención, lo que genera una buena percepción en la innovación tecnológica en la que ha emprendido el Gobierno. los resultados finalmente se evidencian el IGDI que este año posiciona a Ecuador en el puesto número 74 a nivel mundial y en el número 10 a nivel de Latinoamérica.

Una mezcla inteligente de E Commerce con E Marketing en el caso de las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) y de E Government con E Marketing, permiten mejorar los procesos con todos los públicos, sin olvidar en el caso de Ecuador, que hay un 50% de consumidores que aún no están involucrados en el uso activo del internet, por lo tanto las estrategias deben ser on y off line, para llegar a todos los segmentos.

BIBLIOGRAFÍA

Alexa.com. (14 de Agosto de 2015). Alexa.com. Obtenido de <http://www.alexacom>

American Marketing Association. (s.f.). *marketingpower*. Obtenido de <http://marketingpower.com>

Barragán, X., & Guevara, F. (Mayo-Agosto de 2016). El gobierno electrónico en Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 9, 110-127.

Buendía, G., Salas, E., & Calero, K. (Julio de 2015). Análisis del E-Commerce en el Ecuador. *Revista Eumed.net Observatorio Economía Latinoamericana*.

Carballo, R., Baez, J., Bosowsky, G., & Busquets, J. (2006). *Innovación y gestión del conocimiento, modelo metodología, sistemas y herramientas de innovación*. Madrid: Diaz de Santos .

CEPAL. (2013). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de <http://www.cepal.org>

Del Alcazar, J. (22 de Enero de 2015). *Formación Gerencial*. Obtenido de <http://www.formaciongerencial.com/>

Del Alcazar, J. P. (18 de Agosto de 2015). *Formación Gerencial*. Obtenido de <http://www.formaciongerencial.com>

El Comercio. (26 de Julio de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com>

Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo. (2013). *ecuadorencifras.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com>

EVERIS, Universidad de Navarra. (2010). *Observatorio Digital del Gobierno de Chile*. Obtenido de e-Govevnrment: Situación actual en Latinoamérica y en el mundo, datos para 2010: <http://www.observatoriodigital.gob.cl>

Expreso.ec. (26 de Junio de 2015). El Comercio en línea del Ecuador dejó los pañales. *Expreso*.

Gobierno Electrónico Ecuador. (2016). Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec>

INEC. (2013). *ecuadorencifras*. Obtenido de <http://ecuadorencifras.gob.ec>

INEC. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

INEC Estadísticas Sociales_TIC 2015. (2015). *ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (12 de Febrero de 2014). *ecuadorencifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Laudon, K., & Guercio, T. (2011). *e-Commerce: negocios, tecnología y sociedad* (Séptima ed.). Madrid: Pearson.

Matute, G., Cuervo, S., Salazar, S., & Santos, B. (Mayo de 2012). Del consumidor convencional al consumidor digital El caso de las tiendas por departamento. (ESAN/Cendoc, Ed.) *Serie Gerencia Global*(22), 158.

Ministerio de Telecomunicaciones de la Información. (2015). *telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec>

Naciones Unidas. (2016). *Administración Pública y Gestión del Desarrollo Departamento de Asuntos Económicos y Sociales*. Obtenido de <https://www.publicadministration.un.org>

Rob, P., & Coronel, C. (2003). *Sistemas de bases de datos: diseño, implementación y administración* (Tercera ed.). México, México: Cengage Learning.

Secretaría Nacional de la Administración Pública . (2014). *Plan de Gobierno Electrónico 2014-2017*. Obtenido de <http://www.ec.okfn.org>

Vega, C. (2015). Derecho, revolución tecnológica y comercio electrónico. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*(27), 129-162.