

## **RESUMEN**

La presente investigación está enmarcada a analizar el comercio electrónico en el Ecuador, con el estudio de las variables que influyen en el comportamiento del consumidor de la ciudad de Quito, en la administración zonal Mariscal, en su adopción de las compras on-line. En primera instancia se recalca que hoy en día todos los seres humanos usan de una u otra manera el internet, a veces directa y a veces indirectamente. Básicamente el internet se ha vuelto indispensable en todas las actividades diarias, las tendencias en lo digital crecen exponencialmente por su trascendencia masiva. El 55% de ecuatorianos compran especialmente en el extranjero, sin embargo, les cuesta hacer compras electrónicas a nivel nacional, debido a la falta de garantía en devolución o cambio, por el miedo a entregar datos personales, desconocimiento del uso, etc. Sin embargo, todavía no es un canal que todos los dueños de negocios utilicen, algunos simplemente no saben de qué se trata y se ponen barreras inexistentes. Se pretende obtener información relevante, misma que permita establecer los factores que tienen relación con al comportamiento y la adopción de compras.

El estudio se lo realizó mediante una investigación de campo, documental y observación, mediante métodos descriptivos, con un enfoque mixto y con metodología cualitativa como cuantitativa, que involucra la recopilación y el análisis de datos para tener un mejor y mayor entendimiento de las variables de este estudio.

## **PALABRAS CLAVES**

- **COMERCIO ELECTRONICO**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **COMPRAS ON-LINE**
- **MERCADO DIGITAL**
- **COMPRAS EN EL EXTRANJERO**

## **ABSTRACT**

The present investigation is framed to analyze the electronic commerce in Ecuador, studying the variables that influence the behavior of consumer in Quito, at Mariscal zone administration, in its posture of online purchases. In first instance, it is emphasized that today all human beings use internet in one way or another, sometimes directly and sometimes indirectly. Basically the internet has become indispensable in all daily activities, digital trends grow exponentially due to its massive significance. 55% of Ecuadorians buy especially abroad, however, they find it difficult to make electronic purchases nationwide, due to the lack of guarantee or getting money back or exchange products, fear of sharing personal data, ignorance of use, etc. However, it is not yet a channel that all business owners use, some simply do not know what it is, and some believe in no existing barriers. It is intended to obtain relevant information, which allows establishing the factors that are related to behavior and the adoption of purchases.

The study was carried out through a field investigation, documentary and observation, through descriptive methods, with a mixed approach and with qualitative and quantitative methodology, which involves the collection and analysis of data to have a better and greater understanding of the variables of this studio.

## **KEY WORDS**

- **ECOMMERCE**
- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **ONLINE SHOPPING**
- **DIGITAL MARKET**
- **OVERSEAS SHOPPING**