

RESÚMEN

El comercio electrónico B2C ha influenciado la relación comercial entre empresas y consumidores optimizando tiempos y costos, con el fin de atender y satisfacer las necesidades existentes. Por su parte, la implementación del comercio electrónico representa una evolución constante dentro de un mercado de consumo masivo debido al dinamismo que este entorno presenta. En la actualidad dentro del canal tradicional, la comercialización está ligada a varios factores que pueden o no influenciar una decisión de compra. La presente investigación busca analizar factores que influyen en esta decisión estratégica y su impacto sobre los resultados del negocio en los diferentes sectores de Distrito Metropolitano de Quito. A partir de la recolección de datos mediante una encuesta y a través de un análisis factorial, se analizará la relación existente entre las dimensiones propuestas, los principales sectores de mayor concentración comercial y la influencia que presentan, recolectando información significativa entre las empresas que han adoptado el comercio electrónico y las que no lo han hecho.

Palabras clave.

- **COMERCIO ELECTRÓNICO**
- **COMERCIALIZACIÓN**
- **RENTABILIDAD**
- **CANAL TRADICIONAL.**

ABSTRACT

B2C e-commerce has influenced the commercial relationship between companies and consumers, optimizing time and costs, in order to meet and meet the necessary needs. For its part, the implementation of electronic commerce represents a constant evolution within a mass consumption market due to the dynamism that this environment presents. Currently within the traditional channel, the connection is linked to several factors that may or may not influence a purchase decision. The present investigation looks for factors that influence this strategic decision and its impact on business results in the different sectors of the Metropolitan District of Quito. From the data collection through a survey and through a factor analysis, analyze the relationship between the proposed dimensions, the main sectors of greater commercial concentration and the influence that will be presented, collecting significant information among the companies that have adopted the trade electronic and those that have not.

Keywords.

- **ELECTRONIC COMMERCE**
- **COMMERCIALIZATION**
- **COST EFFECTIVENESS**
- **TRADITIONAL CHANNEL.**