

<https://doi.org/10.69639/arandu.v12i1.649>

Comercio electrónico en la economía popular y solidaria en los cantones Latacunga, Salcedo y La Maná

E-commerce in the Popular and Solidarity Economy in the Cantons of Latacunga, Salcedo, and La Maná

Jairo Leonel Molina Cruz

jairo.molina3384@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Ecuador – Cotopaxi

Mateo Fernando Bautista Flores

mateo.bautista3330@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Ecuador – Cotopaxi

Diego Fernando Jácome Segovia

diego.jacome@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Ecuador – Cotopaxi

Alexandra Lorena Alajo Anchatuña

alexandra.alajo@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Ecuador - Cotopaxi

*Artículo recibido: (la fecha la coloca el Equipo editorial) - Aceptado para publicación:
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.*

RESUMEN

El presente estudio analiza el comercio electrónico en las organizaciones de la economía popular y solidaria (EPS) en los cantones Latacunga, Salcedo y La Maná, con el objetivo de identificar las oportunidades, desafíos y limitaciones que enfrentan para integrarse al entorno digital. A partir de un enfoque cuantitativo y descriptivo, se aplicaron encuestas estructuradas a 15 organizaciones, seleccionadas mediante un muestreo por conveniencia. Los resultados muestran que, aunque el comercio electrónico ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar las ventas y ampliar los mercados, su adopción enfrenta barreras significativas relacionadas con la falta de acceso a tecnología, la conectividad limitada y el escaso conocimiento sobre su implementación. Además, las organizaciones destacaron la necesidad de capacitación y apoyo para superar estas limitaciones, evidenciando una brecha tecnológica que afecta su competitividad y sostenibilidad. A pesar de los desafíos, el estudio refleja una percepción optimista sobre el futuro del comercio electrónico en la EPS, destacando su potencial para fortalecer el desarrollo local, mejorar la eficiencia operativa y promover una economía más inclusiva. Los hallazgos subrayan la importancia de diseñar estrategias integrales que incluyan políticas públicas, acceso a recursos

tecnológicos y programas de formación, fomentando así la digitalización de este sector clave para la unión social y el desarrollo económico de la región.

Palabras clave: economía popular y solidaria, comercio electrónico, cotopaxi, desarrollo local, digitalización

ABSTRACT

The present study analyzes e-commerce in organizations of the popular and solidarity economy (PSE) in the cantons of Latacunga, Salcedo, and La Maná, aiming to identify the opportunities, challenges, and limitations they face in integrating into the digital environment. Using a quantitative and descriptive approach, structured surveys were applied to 15 organizations selected through convenience sampling. The results show that, although e-commerce has proven to be an effective tool for increasing sales and expanding markets, its adoption encounters significant barriers related to limited access to technology, insufficient connectivity, and a lack of knowledge regarding its implementation. Additionally, the organizations highlighted the need for training and support to overcome these limitations, revealing a technological gap that impacts their competitiveness and sustainability. Despite these challenges, the study reflects an optimistic perception of the future of e-commerce in the PSE, emphasizing its potential to strengthen local development, improve operational efficiency, and promote a more inclusive economy. The findings underscore the importance of designing comprehensive strategies that include public policies, access to technological resources, and training programs, thereby fostering the digital transformation of this key sector for social cohesion and the economic development of the region.

Keywords: popular and solidarity economy, e-commerce, cotopaxi, local development, digitalization

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

La Economía Popular y Solidaria, está basada en principios de cooperación, solidaridad, equidad y autogestión en un entorno colectivo, esto combinado con herramientas tecnológicas convergen en una estrategia que potencia la actividad económica y de esta manera, produciendo una reducción de la desigualdad social y financiera.

En la última década, el comercio electrónico ha emergido como una herramienta clave para la dinamización de las economías locales y globales. Este fenómeno, acelerado por el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ha permitido a las pequeñas y medianas empresas superar barreras geográficas y acceder a nuevos mercados mediante plataformas digitales (Heredia & Villarreal, 2022). Un análisis bibliométrico reciente destaca que la economía social y solidaria está ganando mayor atención científica, con un incremento en las publicaciones sobre esta temática entre 2017 y 2021 (Pérez Zhinin, 2024).

En este contexto, las asociaciones de EPS en los cantones Latacunga, Salcedo y La Maná representan un sector clave para el desarrollo socioeconómico local, dado su papel en la generación de empleo y la promoción de productos locales. Sin embargo, la integración del comercio electrónico en estas asociaciones se encuentra limitada por diversos factores. Entre ellos destacan la falta de habilidades digitales, el acceso desigual a la conectividad y los retos logísticos asociados a la distribución de productos (León et al., 2023). Estos desafíos se exacerbaron durante la pandemia de COVID-19, cuando el comercio electrónico se consolidó como una alternativa viable para mantener actividades comerciales frente a las restricciones de movilidad (León Pasquel et al., 2021).

El comercio electrónico no solo es una herramienta para incrementar ventas, sino también un mecanismo para mejorar la visibilidad de productos y fortalecer la sostenibilidad económica. Según Malla (2021), la EPS en Ecuador ha logrado llegar a sectores tradicionalmente marginados, proporcionando alternativas de financiamiento que fortalecen el desarrollo humano en las áreas rurales del país. Esta inclusión permite a los pequeños productores integrarse al mercado digital, renovando los sistemas tradicionales de comercialización y potenciando la cooperación entre productores y consumidores (González Osorio et al., 2022).

La investigación se enmarca en un enfoque interdisciplinario que combina el análisis de la EPS como modelo económico solidario y la evaluación del comercio electrónico como herramienta estratégica para el desarrollo sostenible. Esto adquiere relevancia en un contexto donde la economía solidaria promueve la justicia social, la sostenibilidad ambiental y el trabajo decente como pilares fundamentales para construir un modelo inclusivo y resiliente (OIT, 2022).

La problemática central de este estudio radica en las barreras estructurales, educativas y tecnológicas que enfrentan las asociaciones de la EPS en Latacunga, Salcedo y La Maná para integrarse al comercio electrónico. Superar estas barreras no solo es crucial para potenciar el

desarrollo local, sino también para garantizar que este modelo económico inclusivo pueda adaptarse y prosperar en un entorno cada vez más digitalizado. Sin embargo, su integración en los mercados globales y digitales enfrenta múltiples desafíos estructurales y contextuales.

La pandemia de COVID-19 acentuó la necesidad urgente de transformación digital en el sector. Durante este periodo, muchas asociaciones de la EPS no lograron adaptarse a las dinámicas del comercio electrónico debido a barreras como la insuficiente conectividad, la falta de alfabetización digital y los recursos tecnológicos limitados (León Pasquel et al., 2021). Estas dificultades no solo profundizan las desigualdades existentes, sino que también limitan su capacidad para participar en los mercados globales que demandan mayor agilidad e innovación tecnológica (Álvarez Triviño, 2022).

Según la OIT (2022), la economía social y solidaria juega un rol fundamental en la promoción del trabajo decente, pero enfrenta limitaciones significativas debido a la falta de un entorno favorable que fomente su integración digital. Según Otero y Mejía (2020), aunque la Constitución de 2008 promovió un marco regulatorio sólido para la EPS, el enfoque institucional ha priorizado el control sobre la promoción, afectando su avance cualitativo. La limitada inversión en equipos tecnológicos y la baja adopción de estrategias digitales han restringido las oportunidades de crecimiento, afectando directamente su capacidad para competir en un mercado cada vez más globalizado y orientado hacia lo digital (Cid-Ordoñez et al., 2022).

Por otro lado, las políticas públicas destinadas a fortalecer la EPS no han logrado cerrar las brechas tecnológicas ni generar condiciones favorables para la integración digital de estas asociaciones. Aunque existen esfuerzos por fomentar la capacitación y el acceso al financiamiento, estos han sido insuficientes frente a las necesidades reales del sector (Malla, 2021). A ello se suma la percepción de las asociaciones de EPS sobre la falta de incentivos gubernamentales efectivos para promover su inserción en plataformas digitales, lo que las deja rezagadas frente a otras iniciativas económicas más avanzadas tecnológicamente (Álvarez Triviño, 2022).

La problemática se agrava al considerar que el comercio electrónico no solo es un mecanismo para incrementar las ventas, sino también una oportunidad para fortalecer la sostenibilidad económica y social. La ausencia de estrategias digitales limita la capacidad de las asociaciones para diversificar sus mercados y llegar a consumidores más allá de sus localidades. Esto impacta directamente en su sostenibilidad financiera y en su contribución al desarrollo local, debilitando un modelo que, según la OIT (2022), tiene el potencial de generar trabajo decente y promover una transición hacia economías más resilientes y justas.

Este estudio se justifica por la urgencia de cerrar las brechas digitales y garantizar que las asociaciones de EPS puedan aprovechar el potencial del comercio electrónico como un mecanismo de desarrollo sostenible. Desde una perspectiva económica, las asociaciones que logran integrar herramientas digitales incrementan significativamente sus ventas y diversifican

sus mercados, como se ha evidenciado en otros sectores de la EPS en Ecuador (Quispe Fernández et al., 2023). Este impacto positivo no solo genera beneficios para las asociaciones mismas, sino que también fortalece las economías locales al aumentar la demanda de productos y servicios de las comunidades.

En el caso de productos como el cacao, uno de los principales rubros agrícolas de Ecuador, Chamba Correa et al. (2024) destacan cómo las prácticas basadas en la EPS han permitido optimizar los rendimientos por hectárea y fortalecer las economías locales. Integrar estas iniciativas con herramientas de comercio digital podría amplificar su impacto, generando beneficios económicos sostenibles para las comunidades rurales. En Latacunga, Salcedo y La Maná, las asociaciones de EPS enfrentan el desafío de adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado digital.

La transformación digital en la EPS no solo representa una oportunidad para mejorar la sostenibilidad económica, sino también un medio para fomentar la equidad social. El comercio electrónico, según la OIT (2022), puede ser una herramienta eficaz para generar trabajo decente y reducir las desigualdades al ofrecer nuevas formas de comercialización y distribución más justas. Por ejemplo, iniciativas de comercio alternativo han demostrado cómo la digitalización puede renovar los mercados tradicionales, creando vínculos directos entre productores y consumidores y promoviendo el desarrollo local (González Osorio et al., 2022).

Desde el ámbito social, este trabajo busca visibilizar las necesidades de las asociaciones de EPS, destacando su rol como agentes clave para el desarrollo local y su potencial para reducir las desigualdades sociales. La integración tecnológica no solo facilitaría el acceso a nuevos mercados, sino que también contribuiría al fortalecimiento de los principios de solidaridad y cooperación que caracterizan a este modelo económico (Álvarez Triviño, 2022). En este contexto, es esencial diseñar políticas públicas y estrategias que fomenten la alfabetización digital, la conectividad y la capacitación técnica, especialmente en las áreas rurales donde opera la EPS.

Además, el comercio electrónico tiene el potencial de promover la sostenibilidad ambiental al reducir las huellas de carbono asociadas a los sistemas tradicionales de distribución y transporte (Cid-Ordoñez et al., 2022). Este enfoque es coherente con las metas de desarrollo sostenible y con el compromiso de construir economías más resilientes y responsables frente a los desafíos globales.

Por último, este estudio no solo tiene implicaciones para la EPS en Latacunga, Salcedo y La Maná, sino que también contribuye al debate nacional sobre cómo el comercio electrónico puede ser una herramienta para fortalecer la economía solidaria. La adopción de estrategias digitales no solo es una necesidad urgente, sino también una oportunidad para posicionar a la EPS como un modelo económico innovador y competitivo en un entorno globalizado.

En tal virtud, la presente investigación tendrá como objetivo analizar las oportunidades, desafíos y limitaciones del comercio electrónico en las asociaciones de la economía popular y

solidaria en los cantones de Latacunga, Salcedo y La Maná, con el propósito de comprender cómo este modelo económico puede integrarse a las dinámicas digitales actuales.

METODOLOGÍA

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo y descriptivo, diseñado para analizar las oportunidades, desafíos y limitaciones del comercio electrónico en las asociaciones de la economía popular y solidaria (EPS) en la provincia de Cotopaxi. Aunque el objetivo del trabajo es teórico, la metodología propuesta permitirá estructurar la información de manera sistemática y fundamentada.

Población y muestra

La población objetivo del estudio está constituida por 148 organizaciones de EPS registradas en la provincia de Cotopaxi. Para la selección de la muestra se empleará un muestreo por conveniencia, escogiendo un total de 15 organizaciones. Es importante señalar que, al tratarse de un muestreo por conveniencia, los resultados no podrán generalizarse a la totalidad de las organizaciones de EPS en Cotopaxi. Sin embargo, el análisis proporcionará una perspectiva sobre las condiciones y percepciones de las asociaciones seleccionadas, contribuyendo al conocimiento teórico del tema.

Tabla 1

Organizaciones de la economía popular solidaria (EPS) de la provincia de Cotopaxi

CLASE ORGANIZACIÓN	CANTON LATACUNGA	CANTON LA MANA	CANTON SALCEDO
Agrícola	1	2	10
Agropecuaria	2	5	21
Alimentación	7	5	4
Alimenticia	1	0	4
Artesanal	1	0	1
Avícola	0	2	0
Bienes y Productos	1	0	1
Florícola	1	0	0
Ganadera	1	0	1
Limpieza	7	1	4
Madera	1	0	0
Mantenimiento y Limpieza	0	1	0
Otros	0	1	2
Textil	3	0	11
Transporte	29	1	17
TOTAL	55	18	75= 148

Fuente 1 . La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria de Ecuador (SEPS)

https://drive.google.com/drive/folders/12uV0SnynP3h6lphEMPxMz0F7XW3TpnB?usp=drive_link

Tabla 2*Listado de Organizaciones Seleccionadas de la Economía Popular y Solidaria*

Nro.	ORGANIZACIÓN	CANTÓN
1	ASOCIACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA LOPEZ MARIN ASOLOMAR	Latacunga
2	COOPERATIVA DE SERVICIOS ALIMENTACIÓN COTOPAXI COSERCOT	Latacunga
3	ASOCIACION DE PRODUCCION ARTESANAL COTOPAXI VIVE ASOARTESCOT	Latacunga
4	ASOCIACION DE COMERCIANTES DE GRANOS SECOS DIVINO NIÑO LATACUNGA ASOGRADINI	Latacunga
5	ASOCIACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA COTOPAXI LIMPALFA ASOLIMPALFA	Latacunga
6	ASOCIACION AGROPECUARIA SAN VICENTE DE CHUROLOMA "ASOSANCHU"	Salcedo
7	ASOCIACION DE PRODUCTORES ALTERNATIVOS SAN PEDRO DE MULALILLO	Salcedo
8	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA SUMAK MURUKUNA ASOMURUKUNA	Salcedo
9	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA DE EMPRENDEDORES CUSUBAMBA ASOPAEC	Salcedo
10	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA DE CAÑICULTORES EL MONTE CARMELO	La Maná
11	ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA LA LAMANENSE "ASOLIMLAMAN"	La Maná
12	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE FRUTAS TROPICALES AUTONOMOS EL TRIUNFO	La Maná
13	ASOCIACION DE SERVICIOS DE ALIMENTACION EMPRENDEDORES LAMANENSES ASOSAEL	La Maná
14	ASOCIACION DE PRODUCCION AVICOLA AVICULTORES DE LA MANA ASOAVILAM	La Maná
15	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA ANCHILIVI ASOPROANCHILIVI	La Maná

Fuente 2 Los autores (2025)

Instrumentos de recolección de datos

Se utilizarán encuestas estructuradas como herramienta principal para la recolección de datos. Estas encuestas incluirán preguntas cerradas y escalas tipo Likert, que permitirán recopilar

información cuantificable y facilitarán el análisis estadístico. Las preguntas estarán enfocadas en explorar temas como:

- La infraestructura tecnológica disponible en las organizaciones.
- Las habilidades digitales de los integrantes.
- Las barreras y oportunidades percibidas en el uso del comercio electrónico.

Procedimiento

Las encuestas serán aplicadas de manera presencial y/o virtual, según las posibilidades logísticas y la disponibilidad de los participantes. Una vez recopilados los datos, estos serán procesados y analizados estadísticamente utilizando herramientas descriptivas, lo que permitirá identificar patrones, tendencias y diferencias entre las asociaciones.

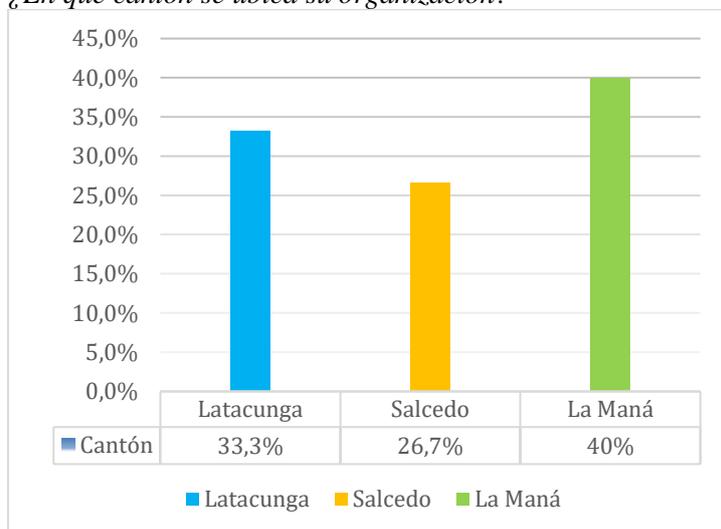
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 15 organizaciones de la economía popular y solidaria (EPS) en los cantones de Latacunga, Salcedo y La Maná destacan varias tendencias importantes sobre el acceso, uso y percepción del comercio electrónico. A nuestra consideración se presentarán las preguntas relevantes de la investigación con el resultado adquirido junto a su análisis detallado.

Distribución geográfica de las organizaciones

Figura 1

¿En qué cantón se ubica su organización?

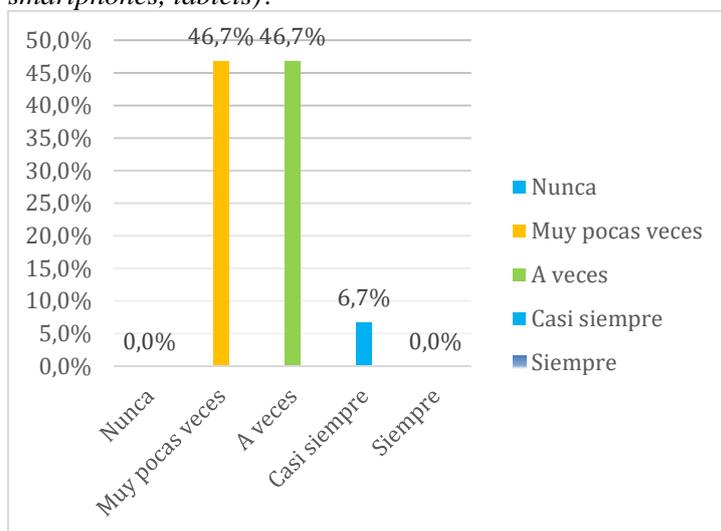


El análisis muestra que la mayoría de las organizaciones se concentran en La Maná (40%), seguida por Salcedo (33.3%) y Latacunga (26.7%). Esta distribución sugiere una mayor representación de organizaciones rurales, lo que podría reflejar características específicas del desarrollo económico en estas áreas. Este dato es clave para entender las dinámicas locales de la EPS y el acceso desigual a recursos y oportunidades.

Acceso a tecnología

Figura 2

¿Dispone su organización de acceso constante a equipos tecnológicos (computadoras, smartphones, tablets)?

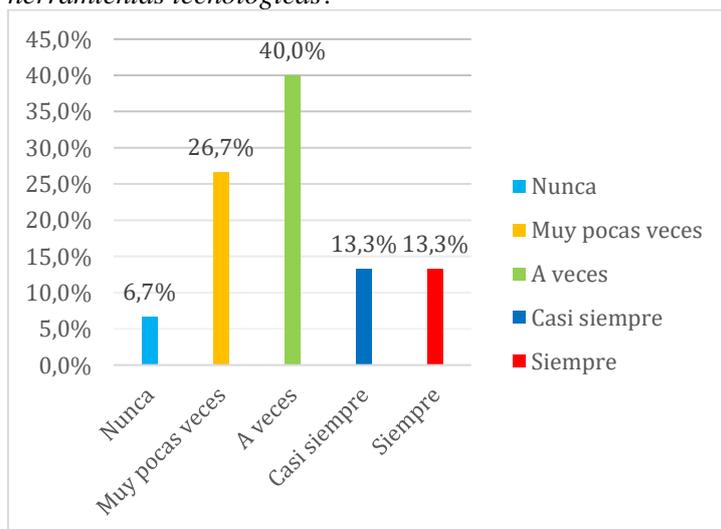


El 46.7% de las organizaciones indicaron tener un acceso moderado a equipos tecnológicos (nivel 3 en la escala Likert), mientras que otro 46.7% reportó un acceso bajo (nivel 2). Solo un 6.7% afirmó contar con acceso adecuado. Esto evidencia una brecha significativa en el equipamiento tecnológico, lo cual limita la capacidad de las organizaciones para implementar estrategias de comercio electrónico de manera efectiva.

Conectividad a internet

Figura 3

¿Considera que la conexión a internet en su organización es suficiente para implementar herramientas tecnológicas?



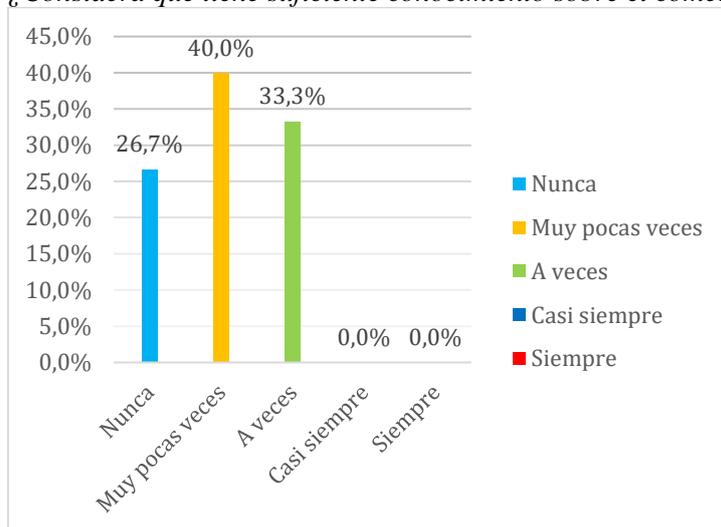
El 40% calificó su conexión como regular, mientras que el 26.7% señaló que es insuficiente. Solo el 13.3% consideró que la conectividad es adecuada y un 6.7% concluyó que directamente es imposible considerarlo. Este resultado destaca la necesidad de mejorar la

infraestructura de internet en estas organizaciones, un factor crucial para la adopción de tecnologías digitales.

Nivel de conocimiento sobre comercio electrónico

Figura 4

¿Considera que tiene suficiente conocimiento sobre el comercio electrónico?

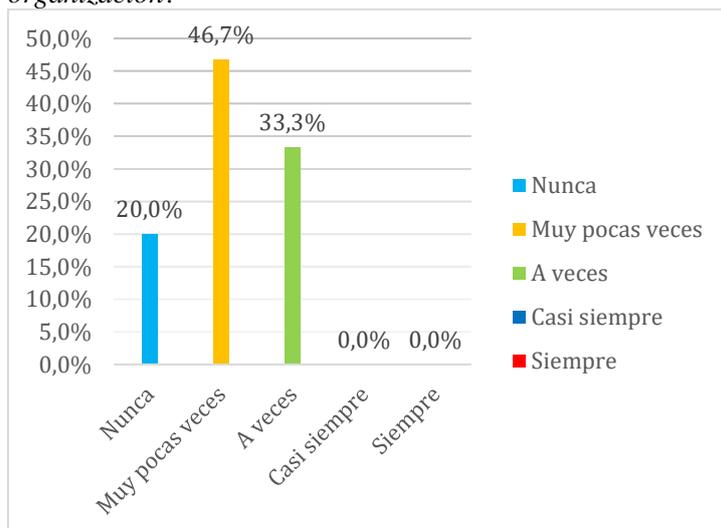


El 40% de los encuestados reportó un nivel moderado de conocimiento sobre comercio electrónico, el 33.3% afirmó que su conocimiento es bajo y el 26,7% manifestó que es nulo. Esto refleja una clara brecha en habilidades digitales, que podría abordarse mediante programas de capacitación enfocados en las necesidades del sector.

Percepción del impacto del comercio electrónico

Figura 5

¿Cree que el uso del comercio electrónico ha facilitado la expansión del mercado de su organización?

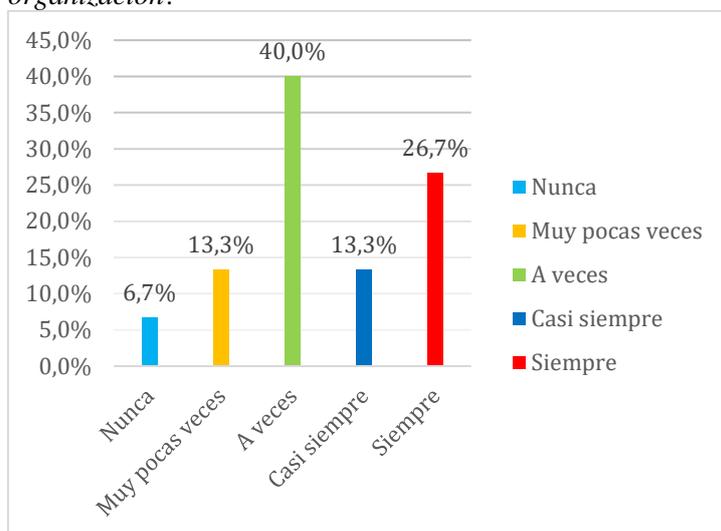


El 46.7% indicó que el comercio electrónico ha contribuido moderadamente a la expansión de su mercado, mientras que el 33.3% reportó un impacto menor y un 20% declaró que el impacto es inexistente. Esto sugiere que, aunque las organizaciones reconocen ciertos beneficios, la falta de estrategias bien implementadas puede estar limitando su potencial.

Limitaciones tecnológicas

Figura 6

¿Existen limitaciones tecnológicas que afecten directamente las operaciones de su organización?

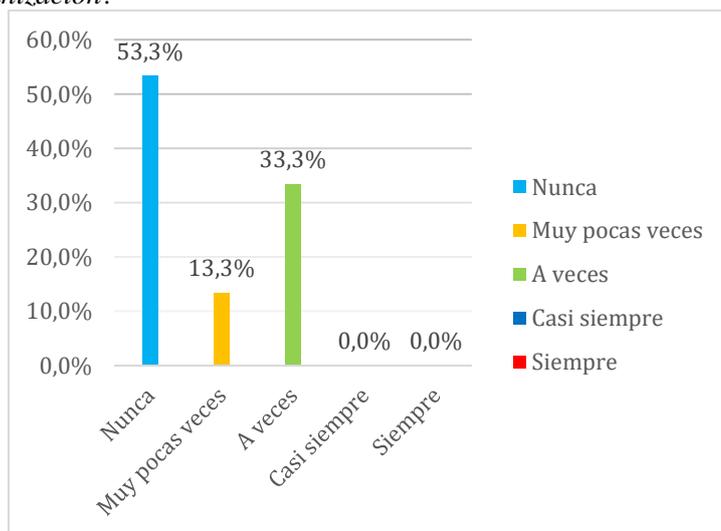


El 40% de las organizaciones afirmó que las limitaciones tecnológicas afectan significativamente sus operaciones, un 26.7% indicó que las barreras son severas, el 13% detalló que solo en ciertos casos y un 6,7% sostuvo que no alteran sus actividades. Estos resultados subrayan la importancia de abordar estas restricciones para optimizar el desempeño organizacional.

Capacitación en comercio electrónico

Figura 7

¿Ha recibido capacitación adecuada para utilizar las herramientas de comercio electrónico en su organización?



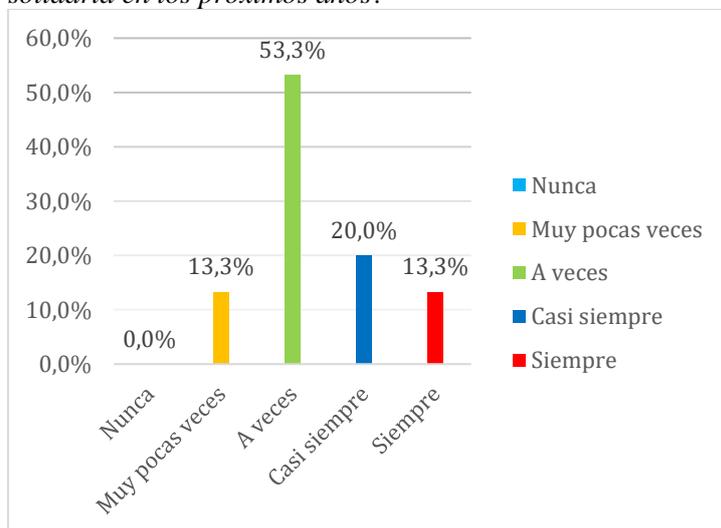
El 53.3% de los participantes manifestó no haber recibido capacitación adecuada, lo que representa una barrera importante para la adopción de estas herramientas, un 33,33% expuso que han recibido preparación y el 13,3% que instrucción fue mínima. Este resultado resalta la

necesidad de implementar programas de formación específicos para fortalecer las competencias digitales en las organizaciones.

Perspectivas futuras del comercio electrónico

Figura 8

¿Considera que el comercio electrónico será más importante para la economía popular y solidaria en los próximos años?

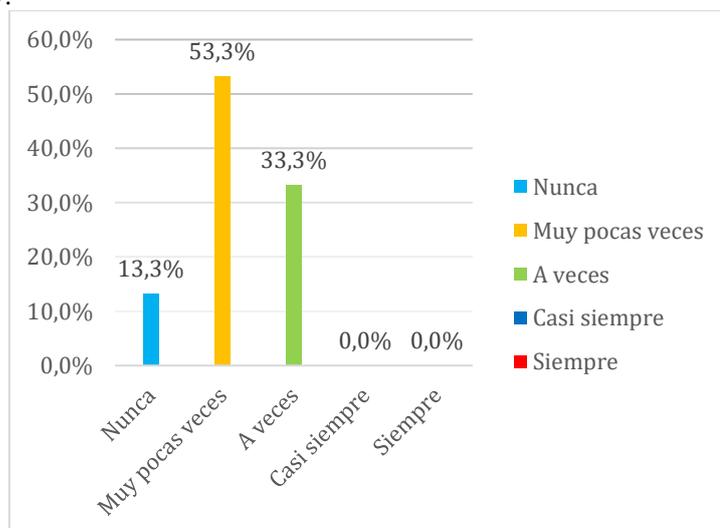


El 53.3% de los encuestados considera que el comercio electrónico tendrá un rol más relevante en el futuro, lo que muestra una percepción optimista sobre su potencial en el sector. El 20% piensa de manera esporádica y el 13% no estima su relevancia. Sin embargo, el optimismo del porcentaje más elevado debe ser respaldado por inversiones en infraestructura y capacitación para hacerlo realidad.

Impacto económico

Figura 9

¿Ha notado un aumento en las ventas de su organización debido al uso de plataformas de comercio electrónico?



El 53.3% señaló que el comercio electrónico ha contribuido a un incremento en las ventas. Por otro lado, se observa que el 33,3% de los participantes ha notado mejoras en sus ventas de

manera esporádica, mientras que un 13,3% reporta no haber percibido ningún aumento en su mercado. Aunque el impacto no es uniforme, este resultado evidencia que, cuando se utiliza adecuadamente, el comercio electrónico puede ser una herramienta efectiva para mejorar los ingresos en la EPS.

CONCLUSIONES

Este estudio sobre la comercialización electrónica que fue aplicada en organizaciones que conforman la economía popular y solidaria (EPS) de los cantones Latacunga, Salcedo y La Maná, revela las oportunidades, desafíos y limitaciones que enfrentan al integrarse al mundo digital. Los hallazgos resaltan la necesidad de abordar aspectos críticos para potenciar el impacto del comercio electrónico en este sector, crucial para el progreso económico y social de la provincia de Cotopaxi. Las organizaciones de la EPS se enfrentan a retos importantes en cuanto al acceso y uso de tecnología. La conectividad a internet y el acceso a equipos tecnológicos son insuficientes, lo que limita su capacidad para implementar el comercio electrónico eficazmente.

Estas carencias tecnológicas reflejan desigualdades estructurales que requieren la intervención de políticas públicas e inversión en infraestructura digital. Además, la falta de comprensión y capacitación en el uso del comercio electrónico representa un obstáculo significativo. A pesar de que se reconoce el potencial del comercio electrónico, las habilidades técnicas necesarias para aprovechar estas herramientas son limitadas. Por ello, es necesario la implementación de programas de formación, las cuales deben estar adaptados a las necesidades específicas de las asociaciones de EPS. Sin embargo, el comercio electrónico ha demostrado tener un impacto relativamente positivo en las organizaciones que lo han implementado.

Un porcentaje considerable de asociaciones ha reportado aumentos en las ventas y mejoras en la eficiencia operativa gracias a las plataformas digitales. Esto demuestra que el comercio electrónico puede ser una herramienta eficaz para fortalecer la sostenibilidad económica y diversificar los mercados de la EPS. En general, existe una percepción optimista sobre el papel del comercio electrónico en el futuro de la economía popular y solidaria. Las organizaciones reconocen que estas herramientas digitales son esenciales para incrementar la competitividad, logrando de esta manera ampliar su alcance y consolidando su posición en el mercado. No obstante, este potencial debe estar respaldado por estrategias integrales que incluyan el acceso a recursos tecnológicos, capacitación continua y el fortalecimiento del marco normativo.

Para superar los desafíos, es esencial adoptar un enfoque integral que involucre al sector público, las organizaciones de EPS y otras instituciones de apoyo. Esto implica la creación de políticas públicas que promuevan la inclusión digital, el progreso de la infraestructura tecnológica y el acceso a financiamiento. También, es importante fomentar la cooperación entre las asociaciones para compartir conocimientos y buenas prácticas en la implementación del comercio electrónico. El comercio electrónico tiene el potencial de convertirse en un motor para el

desarrollo local, permitiendo a las organizaciones de la EPS visibilizar sus productos, llegar a nuevos mercados y fortalecer sus capacidades organizativas. De esta manera, no solo se contribuye a mejorar las condiciones económicas de sus miembros, sino que también se fomenta la cohesión social y el desarrollo sostenible en la región.

REFERENCIAS

- Alvarado, F. y. M., Quezada, S. L. P., Copo, H. F. B., & Peña, J. N. H. (2021). *La economía popular y solidaria y su aporte al crecimiento económico y desarrollo humano en Ecuador*. Sur Academia Revista Académica-Investigativa de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, 8(15), 63–82. <https://doi.org/10.54753/suracademia.v8i15.850>
- Chamba Correa, K. P., Castillo, D. M. P., Montiel, L. G. C., & Serrano, L. A. L. (2024). *Ecuador: Producción agrícola de cacao de la Economía Popular y Solidaria con respecto al rendimiento por hectárea, 2002–2022*. Arandu-UTIC., 11(2), 1668–1680. <https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.274>
- Cid-Ordoñez, M., Del Carmen Sandoval-Caraveo, M., & Neme-Calacich, S. (2022). *El comercio electrónico y las micro, pequeñas y medianas empresas: Un estudio en época de pandemia*. Revista de Investigaciones Universidad del Quindío, 34(2), 238–244. <https://doi.org/10.33975/riuq.vol34n2.976>
- Decent work and the social and solidarity economy*. (2022, 1 marzo). Socioeco.org. https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-8341_en.html
- Eduardo, G. V. Á. (2022). *La expansión del comercio electrónico: amenazas y oportunidades para las empresas del sector de la economía popular y solidaria en Guayaquil*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23641?mode=full>
- Fernández, G. M. Q., Cepeda, O. E. A., Rodríguez, E. A., & Parra, J. F. C. (2023). *La rentabilidad y el comercio electrónico en las PYMES en el Ecuador. Caso emprendimientos en empresas de alimentos y bebidas*. Ciencia Digital, 7(2), 82–94. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v7i2.2541>
- Gabriel, S. C. J., Patricia, M. D. M., & Frida, R. A. (s. f.). *La economía popular y solidaria:: Un estudio exploratorio del sistema en Ecuador con enfoque de control y fiscalización*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000200003
- Jeanneth, A. E. Z., & Finanzas, E. M. (2022, 13 octubre). *Determinantes del acceso al comercio electrónico en las asociaciones de la economía popular y solidaria (EPS) en la provincia de Imbabura durante la pandemia*. <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13110>
- León-Pasquel, D. A., Ayuy-Dutan, J. G., & Tsukanka-Sharup, M. M. (2021). *El impacto de la crisis sanitaria COVID-19 en la administración de las organizaciones de Economía Popular y Solidaria*. Killkana Social, 5(1), 17–22. <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v5i1.699>
- Otero, G., & Mejía, R. (2020, 28 diciembre). *Análisis de la evolución de la economía popular y solidaria a través de las modificaciones en su marco regulatorio*. <https://www.centraldesociologia.cl/index.php/racs/article/view/114>

- Pincay, D. E. H., & Satama, F. L. V. (2022). *El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano*. Comhumanitas, 13(1), 1–33. <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>
- Serrano, L. A. L., Carpio, G. E. B., & Asanza, F. A. P. (2022). *Evolución de la Economía Popular y Solidaria y su impacto en el desarrollo social-productivo del Ecuador, 2008–2021*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9453722>
- Stephanie, C. C. J., & Elizabeth, T. M. S. (2022, 1 enero). *Comercio electrónico en redes sociales: Un análisis del rendimiento comercial de las microempresas de Tungurahua*. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/fdf16c0c-cb45-452d-a782-30b7f0851bb0>
- Virginia, S. V. J. (2024). *Análisis bibliométrico de la producción científica sobre economía social y solidaria en el período 2017–2021 a partir de las bases de datos SCOPUS y REDALYC*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28811>
- Zapata Flores, P. L., Arguello Núñez, L. B., González Osorio, B., & Vivas Urdánigo, E. (2022). *Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y sus sistemas de comercialización alternativos, caso Latacunga-Ecuador*. Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica, 5, 163–184. <https://doi.org/10.33776/riesise.v5.5636>