



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Plataforma Web B2B como ventaja competitiva en la industria del calzado de Tungurahua”

AUTORA: Marcia Paola Teneda Angamarca

TUTOR: Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez

CO-TUTOR: Ing. Mg. Edgar Freddy Robalito Peña

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Plataforma Web B2B como ventaja competitiva en la industria del calzado de Tungurahua**” presentado por la señora **Marcia Paola Teneda Angamarca** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 30 de octubre del 2020

HOWARD FABIAN CHAVEZ YEPEZ
Firmado digitalmente por
HOWARD FABIAN CHAVEZ YEPEZ
Fecha: 2020.10.28 18:56:12 -05'00'

Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez
C.I. 1709032906

APROBACIÓN DEL CO-TUTOR

Ing. Mg. Edgar Freddy Robalino Peña

CERTIFICA:

En mi calidad de Co-Tutor del trabajo de titulación “**Plataforma Web B2B como ventaja competitiva en la industria del calzado de Tungurahua**” presentado por la señora **Marcia Paola Teneda Angamarca** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 30 de octubre del 2020



Firmado electrónicamente por:
**EDGAR FREDDY
ROBALINO PENA**

Ing. Mg. Edgar Freddy Robalino Peña

C.I. 1803299351

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Marcia Paola Teneda Angamarca**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paola T', enclosed within a circular scribble.

Marcia Paola Teneda Angamarca

C.I.180299885-4

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Firmado electrónicamente por:
**LEONARDO GABRIEL
BALLESTEROS LOPEZ**

Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

C.I. 1802453629

Dr. Mg. Jorge Francisco Abril Flores

C.I. 1803035086

Ambato, 30 de octubre del 2020

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paola T.', enclosed within a circular scribble.

Marcia Paola Teneda Angamarca

C.I.180299885-4

RESUMEN EJECUTIVO

En un mundo globalizado y con el fácil acceso al internet, publicitar bienes/servicios está al alcance de todos. En Ecuador, el uso del comercio electrónico ha ido tomando importancia con el paso de los años; enmarcándose en la categoría C2C o B2C es decir la venta de cliente a cliente y empresa a cliente respectivamente.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar el impacto de una plataforma tecnológica B2B y su influencia en la ventaja competitiva del sector del calzado de la provincia de Tungurahua.

Basado en el paradigma crítico-propositivo se analizaron las variables de la investigación, analizando y buscando el método idóneo para crear una ventaja competitiva que ayude a mejorar el rendimiento económico de la industria del calzado. El enfoque de investigación es de tipo cuali-cuantitativo puesto que se indagó información acerca de las categorías presentes en las variables.

Se utilizó el Ji Cuadrado para determinar la relación de estas, obteniendo 1,349 dentro de la zona de aceptación. Luego de esto, se pudo concluir que las dos variables que son plataforma web y la ventaja competitiva, tienen relación y que es importante crear una plataforma de tipo B2B para obtener una ventaja competitiva (diferenciación, liderazgo en costes) y mayor atención con el cliente.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, B2B, VENTAJA COMPETITIVA, DIFERENCIACIÓN, LIDERAZGO EN COSTES.

ABSTRACT

In a globalized world and with easy access to the internet, advertising goods / services is available to everyone. In Ecuador, the use of electronic commerce has been gaining importance over the years; framing itself in the C2C or B2C category, that is, the sale from customer to customer and company to customer respectively.

The present research work aims to determine the impact of a B2B technology platform and its influence on the competitive advantage of the footwear sector in the province of Tungurahua.

It was under a critical-propositional paradigm, that is, the variables were analyzed and the ideal method to create a competitive advantage was investigated. The research approach is of type quali/quantitative type since information about the categories present in the variables.

Was inquired and in turn the Chi Square was used to determine their relationship, obtaining 1.349 within the acceptance zone. After this, it was concluded that the two variables what are web platform and competitive advantage are related and that it is important to create a B2B-type platform in order to obtain a competitive advantage (differentiation, cost leadership) and greater customer service.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, B2B, ADVANTAGE COMPETITIVE, DIFFERENTIATION, COST LEADERSHIP.

CARTA DE ACEPTACIÓN

Por medio de la presente se le informa que el artículo:

Plataforma web B2B como ventaja competitiva en la industria del calzado de Tungurahua

De los autores:

**Teneda Angamarca, Marcia Paola; Chávez Yépez, Howard Fabián;
Robalino Peña, Edgar Freddy**

presentado a la revista Uniandes EPISTEME, ha sido **aceptado para publicación**. El artículo será publicado el 1ro de abril de 2021, en el Volumen 8, Nro. 2, de abril-junio de 2021. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 18 días del mes de septiembre de 2020.

Agradeciendo cordialmente su colaboración con la revista.



Dr. C. Raúl Comas Rodríguez, PhD.
Editor General
Uniandes Episteme



<http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/index>

Indexada en: Latindex Catálogo 2.0, Miar, REDIB, Dialnet, SIS, LatinRev, ERIH PLUS, Actualidad Iberoamericana