



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Innovación comerciales mediante plataformas B2C para la industria del calzado de la provincia de Tungurahua”**

**AUTORES:**

**Lorena Alexandra Palate Oña**

**Willian Geovanny Guananga Sánchez**

**TUTOR: Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Mayo 2021**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Innovación comercial mediante plataformas B2C para la industria del calzado de la provincia de Tungurahua**” presentado por la señorita **Lorena Alexandra Palate Oña** y el señor **Willian Geovanny Guananga Sánchez** para optar por el título de Ingenieros 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, 4 de mayo de 2021

---

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

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Lorena Alexandra Palate Oña** y **Willian Geovanny Guananga Sánchez**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink that reads "Lorena Palate". The signature is enclosed within a hand-drawn oval shape.

---

**Lorena Alexandra Palate Oña**  
**C.I. 180355958-0**

A complex, stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to Willian Geovanny Guananga Sánchez.

---

**Willian Geovanny Guananga Sánchez**  
**C.I. 180458717-6**

## **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.

---

**Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.**

**C.I. 1803845385**

---

**Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.**

**C.I.1803458668**

Ambato, 4 de mayo de 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizamos 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.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink that reads "Lorena Palate". The signature is enclosed within a hand-drawn oval shape.

---

**Lorena Alexandra Palate Oña**  
**C.I. 180355958-0**

A complex, stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to Willian Geovanny Guananga Sánchez.

---

**Willian Geovanny Guananga Sánchez**  
**C.I. 180458717-6**

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, las empresas innovan no sólo para mejorar un producto y/o servicio, sino para brindar una alternativa interesante o un valor agregado que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes. Por otro lado, en el mercado existe una variedad de ofertas que ocasiona que los agentes potenciales exijan o requieran transformaciones comerciales. Por tanto, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han evolucionado las formas tradicionales de comunicación e interacción entre empresa-usuario debido a que a través de plataformas web, herramientas o aplicaciones digitales, paquetes tecnológicos, entre otros optimizan el proceso de compra-venta.

Con este antecedente, el tema propuesto de investigación tiene el objetivo de determinar el grado de aceptación sobre innovación comercial mediante plataformas B2C (Business to Consumer) para la industria del calzado de la provincia de Tungurahua-Ecuador.

Es por ello, que se evidenció que las plataformas B2C como método sofisticado de comercialización permiten agrupar las ventas de una entidad, empresa, industria u organización. Además, resalta el uso de las TIC puesto que crea diferenciación en el mercado y brinda un valor significativo al sector económico, en este caso la industria del calzado.

Así la propuesta resultante de la investigación de estudio permitió determinar que el grado de aceptación sobre innovación comercial mediante plataformas B2C (Business to Consumer) para la industria del calzado de la provincia de Tungurahua, es alto puesto que el proceso de compra-venta debe ser tecnificado ya que el usuario (cliente y comprador) necesita nuevos métodos comerciales para satisfacer las necesidades.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, INNOVACIÓN, B2C, PLATAFORMA DIGITAL, INDUSTRIA

## **ABSTRACT**

Currently, companies innovate not only to improve a product and/or service, but to provide an interesting alternative or added value that meets the needs and expectations of customers. On the other hand, in the market there is a variety of offers that cause potential agents to demand or require commercial transformations. Therefore, Information and Communication Technologies (ICT) have evolved traditional forms of communication and interaction between company-user because through web platforms, digital tools or applications, technological packages, among others optimize the buying and selling process.

Against this background, the proposed research topic aims to determine the degree of acceptance on commercial innovation through B2C (Business to Consumer) platforms for the footwear industry in Tungurahua-Ecuador province.

That is why it was shown that B2C platforms as a sophisticated method of marketing allow the sales of an entity, company, industry or organization to be grouped together. In addition, it highlights the use of ICTs as it creates differentiation in the market and provides significant value to the economic sector, in this case the footwear industry of Tungurahua.

Thus the proposal resulting from the study research allowed to determine that the degree of acceptance on commercial innovation through B2C (Business to Consumer) platforms for the footwear industry of the province of Tungurahua, is high since the buying and selling process must be technified since the user (customer and buyer) needs new commercial methods to meet the needs.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, INNOVATION, B2C, DIGITAL PLATFORM, INDUSTRY

## CARTA DE ACEPTACIÓN ARTÍCULO ACADÉMICO



### CARTA DE ACEPTACIÓN

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

**Innovación comercial mediante plataformas B2C para la Industria del calzado de la provincia de Tungurahua**

De los autores:

**Palate Oña, Lorena Alexandra; Guananga Sánchez, Willian Geovanny; Chávez Yépez, Howard Fablán**

presentado a la revista Unlandes EPISTEME, ha sido aceptado para publicación. El artículo será publicado el 1ro de abril de 2021, en el Volumen 8, Nro. 3, de julio-septiembre de 2021. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 23 días del mes de marzo de 2021.

Agradeciendo cordialmente su colaboración con la revista.

**Dr. C. Raúl Comas Rodríguez, PhD.**  
**Editor General**  
**Unlandes Episteme**



<http://45.238.218.13/ojs/index.php/EPISTEME/index>

Indizada en: Latindex, Catálogo 2.0, Mier, REDIB, Dialnet, SIS, LatinRev, ERIH PLUS, Actualidad Iberoamericana