



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “TIC’S en canales de comercialización y distribución del sector carrocero de la provincia de Tungurahua”**

**AUTORES:**

**Leslie Elizabeth Aguilera Criollo**

**Carlos Avelino Bucay Pallango**

**TUTOR: Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Enero 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**TIC’S en canales de comercialización y distribución del sector carrocero de la provincia de Tungurahua**” presentado por los señores **Leslie Elizabeth Aguilera Criollo** y **Carlos Avelino Bucay Pallango**, para optar por el título de Licenciados 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, 6 de enero del 2022

---

**Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.**

**C.I. 1801609445**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Leslie Elizabeth Aguilera Criollo** y **Carlos Avelino Bucay Pallango** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Leslie Elizabeth Aguilera Criollo**  
**C.I.180440729-2**



---

**Carlos Avelino Bucay Pallango**  
**C.I. 180403059-9**

## **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. María Soledad Sevilla Galarza, MBA.**

**C.I. 1802928141**

---

**Ing. María Dolores Guamán Guevara, Mg.**

**C.I. 1802831691**

Ambato, 6 de enero del 2022

## **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.



---

**Leslie Elizabeth Aguilera Criollo**

**C.I. 180440729-2**



---

**Carlos Avelino Bucay Pallango**

**C.I. 180403059-9**

## RESUMEN EJECUTIVO

El sector carrocerero en la provincia de Tungurahua es una de las principales actividades económicas a nivel nacional, estas facturan miles de dólares anualmente por la comercialización de sus bienes, por tanto, el éxito de este sector industrial depende del manejo óptimo de sus canales de comercialización y de distribución.

Conocer el tipo de Tecnologías de la Información y Comunicación empleadas en los canales de comercialización y de distribución. Se tomó en consideración a 27 empresas registradas en la Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocerías (CANFAC) y 10 empresas registradas en la Dirección de Producción de Tungurahua, para desarrollar la investigación se empleó el método descriptivo a través de una encuesta a los directivos de las empresas, misma que se validó con el índice de consistencia interna Alpha de Cronbach para variables ordinales, Kuder Richardson KR-20 para las preguntas dicotómicas y aprobación del instrumento por 5 jueces en esta caso se aplicó el coeficiente de confiabilidad V de Aiken, se utilizó la modalidad investigativa bibliográfica y de campo.

El sector industrial emplea medios electrónicos para sus canales de comercialización, el 68,9 por ciento prefieren las redes sociales y las páginas web, el 79,1 por ciento utilizan el canal directo para distribuir bienes, también existe un bajo conocimiento sobre el funcionamiento del sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y del sistema para la Administración de las relaciones con el cliente (CRM).

Las tecnologías de la información y comunicación poseen muchas alternativas, las mismas que son aplicadas dependiendo del tamaño que cada una posee, por tanto, sugerir alternativas que permitan gestionar de manera eficiente el canal de comercialización y de distribución en entre clientes internos y externos de la empresa.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, TIC'S, COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN, SECTOR CARROCERO, SISTEMAS.

## ABSTRACT

The bodybuilding sector in the province of Tungurahua is one of the main economic activities nationwide, they invoice thousands of dollars annually for the commercialization of their goods, therefore, the success of this industrial sector depends on the optimal management of its channels marketing and distribution.

To know the type of Information and Communication Technologies used in the marketing and distribution channels. 27 companies registered in the National Chamber of Body Manufacturers (CANFAC) and 10 companies registered in the Tungurahua Production Directorate were taken into consideration, to develop the research the descriptive method was used through a survey of managers of the companies, which was validated with Cronbach's Alpha internal consistency index for ordinal variables, Kuder Richardson KR-20 for dichotomous questions and approval of the instrument by 5 judges, in this case, the Aiken V reliability coefficient was applied, The bibliographic and field research modality was used.

The industrial sector uses electronic means for its marketing channels, 68.9 percent prefer social networks and web pages, 79.1 percent use the direct channel to distribute goods, and there is also little knowledge about the operation of the Enterprise Resource Planning (ERP) system and Customer Relationship Management (CRM) system.

Information and communication technologies have many alternatives, the same that are applied depending on the size that each one has, therefore, suggest alternatives that allow efficient management of the marketing and distribution channel between internal and external clients of the company.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, TIC'S, COMMERCIALIZATION, DISTRIBUTION, CARBODY MAKER SECTOR, SYSTEMS.

El, Dr.C. Efraín Velastegui López. PhD. Director y editor de la revista electrónica “**Ciencia Digital**”, (ISSN 2602-8085) alojada en <http://www.cienciadigital.org>

**ACREDITA QUE:**

El artículo “**TIC’S en canales de comercialización y distribución del sector carrocero de la provincia de Tungurahua**” evaluado por pares ciegos (doble-blind), que consta de 20 páginas en formato PDF, cuyos autores son: Leslie Elizabeth Aguilera Criollo., Carlos Avelino Bucay Pallango. & Edwin César Santamaría Díaz., ha sido aceptado para su publicación en el Vol 6 Num 1. **Renovación Científica**, de Enero - Marzo 2022.

<http://www.cienciadigital.org>

Lo que se hace constar en Ambato 20 de octubre de 2021

El Director



Firmado electrónicamente por:  
**LUIS EFRAIN  
VELASTEGUI  
LOPEZ**

Fdo.: Efraín Velastegui López



Para más información ingrese a la página: [Ciencia Digital Editorial](http://www.cienciadigitaleditorial.com).

