



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: “Aspectos de decisión de compra para una plataforma tecnológica del sector calzado de Tungurahua”

AUTORA: Viviana Hipatia Coba Capilla

TUTOR: Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Aspectos de decisión de compra para una plataforma tecnológica del sector calzado de Tungurahua**” presentado por la señorita **Viviana Hipatia Coba Capilla**, 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, 16 de marzo del 2022

Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.

C.I. 1709032906

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Viviana Hipatia Coba Capilla**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Viviana Hipatia Coba Capilla
C.I. 180463720-3

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. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

C.I. 1803084209

Ambato, 16 de marzo del 2022

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 autora.



Viviana Hipatia Coba Capilla
C.I. 180463720-3

RESUMEN EJECUTIVO

Las plataformas tecnológicas implican un proceso de colaboración empresarial, institucional y civil, con una completa colaboración de los actores clave de una determinada industria integrada por productos artesanales o industriales terminados que integran la colaboración empresarial. Actualmente, la plataforma tecnológica “Calzado Tungurahua” carece de un buen posicionamiento de marca, que impide el crecimiento de la industria del calzado tungurahuese.

Se puede apreciar, que las plataformas tecnológicas pueden llegar a ser grandes herramientas para la comercialización de los productos de todos los actores clave de una determinada industria o sector productivo. Por tanto, el objetivo de investigación es describir los aspectos de decisión de compra, a través de una plataforma tecnológica para posicionar la marca “Calzado Tungurahua”.

Los principales resultados de investigación demuestran que los consumidores perciben ciertas razones de desconfianza para adquirir calzado en plataformas tecnológicas, sin embargo, a nivel general, los consumidores demuestran satisfacción con su experiencia en el proceso de compra. De igual manera, se identificó que los principales beneficios que desean los consumidores es un interfaz de usuario sencillo y conciso, comercialización de productos certificados y seguridad al brindar datos bancarios.

La principal conclusión del presente estudio que la plataforma tecnológica “Calzado Tungurahua” debe implementar los siguientes aspectos para incidir en la decisión de compra: mejorar la promoción de la entidad, ofertar productos con certificación, garantizar seguridad y confidencialidad y ofertar una fácil navegación y/o interacción en sus procesos o actividades.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, CALZADO TUNGURAHUA, PLATAFORMA TECNOLÓGICA, POSICIONAMIENTO DE MARCA, DECISIÓN DE COMPRA

ABSTRACT

The technological platforms imply a process of business, institutional and civil collaboration, with a complete collaboration of the key actors of a certain industry made up of finished artisanal or industrial products that integrate business collaboration. Currently, the technological platform “Calzado Tungurahua” don’t have a good brand positioning, which prevents the growth of the Tungurahua footwear industry.

It can be seen that technological platforms can become great tools for marketing the products of all the key players in a given industry or productive sector. Therefore, the research objective is to describe the aspects of purchase decision, through a technological platform to position the brand “Calzado Tungurahua”.

The principal research results show that Tungurahua consumers perceive certain reasons of distrust to purchase footwear on technological platforms, however, at a general level, consumers show satisfaction with their experience in the purchase process. Similarly, it was identified that the main benefits that consumers want is a simple and concise user interface, marketing of certified products and security when providing bank details.

The principal conclusion of this study is that the technological platform “Calzado Tungurahua” must implement the following aspects to influence the purchase decision: improve the promotion of the entity, offer products with certification, guarantee security and confidentiality and offer easy navigation and/or or interaction in its processes or activities.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, TUNGURAHUA FOOTWEAR, TECHNOLOGICAL PLATFORM, BRAND POSITIONING, PURCHASE DECISION

CARTA DE ACEPTACIÓN



CARTA DE ACEPTACIÓN

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

ASPECTOS DE DECISIÓN DE COMPRA PARA UNA PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL SECTOR CALZADO DE TUNGURAHUA

De los autores:

VIVIANA HIPATIA COBA CAPILLA, HOWARD FABIÁN CHÁVEZ YÉPEZ

presentado a la revista Uniandes EPISTEME, ha sido **aceptado para publicación**. El artículo será publicado en el Volumen 9, Nro. 4, de octubre-diciembre de 2022. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 4 días del mes de febrero de 2022.

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