

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo  
académico previo a la obtención del Título de  
Licenciado en Mercadotecnia**

**TEMA: “Internet de las cosas para la experiencia de  
compra en tiendas físicas”**

**AUTOR: Samuel Efraín Jiménez Prado**

**TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2022**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Internet de las cosas para la experiencia de compra en tiendas físicas**” presentado por el señor **Samuel Efraín Jiménez Prado** para optar por el título de Licenciado en Mercadotecnia, **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, 9 de septiembre del 2022



---

**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

**C.I. 1802333276**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Samuel Efraín Jiménez Prado**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

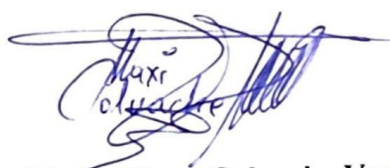


**Samuel Efraín Jiménez Prado**

**C.I.2200121958**

## **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. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.**

**C.I. 1802862498**



**Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez, Mg.**

**C.I. 1205775461**

Ambato, 9 de septiembre 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 autor.



**Samuel Efraín Jiménez Prado**

**C.I.2200121958**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de la presente investigación es desarrollar una estrategia metodológica basada en el internet de las cosas, que contribuya a la gestión de la experiencia de compra en tiendas físicas.

Por medio de la revisión de la literatura y la aplicación de los métodos histórico-lógico, inductivo-deductivo y análisis-síntesis, se establecieron las bases teóricas que fundamentan la investigación.

Como resultado del estudio, se determina que el internet de las cosas permite a las empresas comprender de mejor manera a sus clientes, al recabar datos relacionados con su comportamiento de compra y a partir de ello, diseñar experiencias superiores que aporten a la diferenciación del punto de venta

Además, se propone una estrategia compuesta por siete fases: análisis, identificación del problema, planificación, solución *IoT*, presupuesto, implementación y evaluación.

**PALABRAS CLAVE:** ARTÍCULO ACADÉMICO, EXPERIENCIA DE COMPRA, INTERNET DE LAS COSAS, VIAJE DEL CLIENTE, COMERCIO MINORISTA

## **ABSTRACT**

The aim of this research is to develop a methodological strategy based on the internet of things, which contributes to the management of the shopping experience in physical shops.

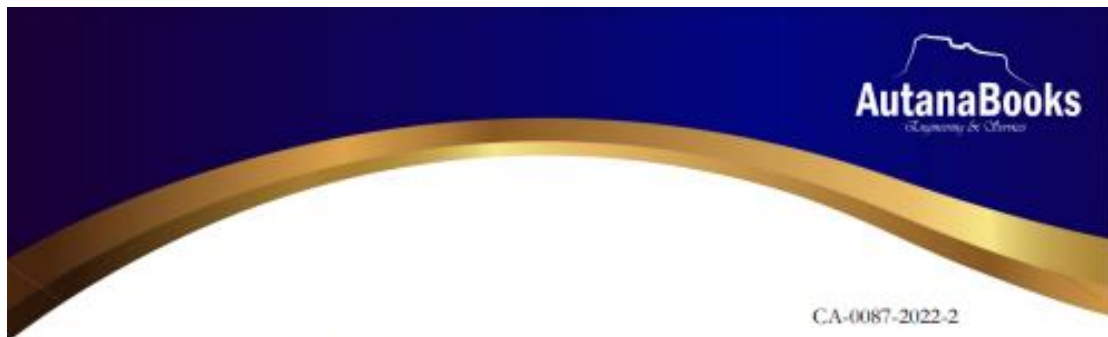
Through a review of the literature and the application of historical-logical, inductive-deductive, and analysis-synthesis methods, the theoretical bases that underpin the research were established.

As a result of the study, it is determined that the internet of things allows companies to better understand their customers by collecting data related to their purchasing behaviour and from this, design superior experiences that contribute to the differentiation of the point of sale.

In addition, a strategy consisting of seven phases is proposed: analysis, problem identification, planning, IoT solution, budget, implementation, and evaluation.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, CUSTOMER EXPERIENCE, INTERNET OF THINGS, CUSTOMER JOURNEY, RETAIL.

## CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA REVISTA



CA-0087-2022-2

Quito 04 de julio de 2022

**Estimado(a)s:**

Samuel Efraín Jiménez-Prado, Ricardo Patricio Medina-Chicaiza.

**Su atención. -**

La presente es para comunicarle que su artículo titulado: **Internet de las cosas para la experiencia de compra en tiendas físicas**, ha sido **ACEPTADO** para su publicación en el número de septiembre de 2023, volumen 27 número 120, en la **Revista Universidad, Ciencia y Tecnología (UCT)**, ISSN impreso: 1316-4821, ISSN digital: 2542-3401.

Esta revista está indexada en: Actualidad Iberoamericana, Aluminium Industry Abstracts, Corrosion Abstracts, CSA Engineering Research Database, CSA Materials Research Database with METADEX, CSA Recent References Related to Technology, CSA Technology Research Database, Environment Abstracts, LATINDEX, Mechanical & Transportation Engineering Abstracts, METADEX, REVENCYT, MIAR, Erih Plus, Colección SciELO.

Felicidades a los autores por el logro alcanzado y le deseamos éxito en sus investigaciones futuras, no sin antes agradecerle por el aporte académico brindado a la revista.

  
Dra. Franyelit Suárez  
Editora General AutanaBooks

  
AutanaBooks  
Escenarios & Obras

