

# **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: “Diversificación de productos y satisfacción  
del consumidor en almacenes de la zona 3 de  
Ecuador”**

**AUTORA: Bethy Maribel Arequipa Santo**

**TUTOR: Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda**

**AMBATO – ECUADOR**

**Febrero 2019**



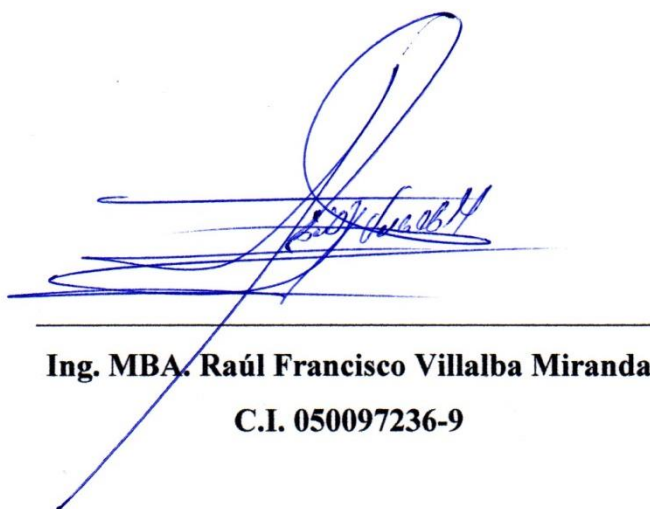
## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Diversificación de productos y satisfacción del consumidor en almacenes de la zona 3 de Ecuador**” presentado por la señorita **Bethy Maribel Arequipa Santo** 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, 12 de febrero del 2019



---

**Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda**  
**C.I. 050097236-9**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Bethy Maribel Arequipa Santo**, 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.



---

**Bethy Maribel Arequipa Santo**

**C.I. 055006877-9**

## **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. Mg. Marcelo Javier Mancheno Saá**

**C.I. 180354921-9**



---

**Dra. Mg. Jenny Margoth Gamboa Salinas**

**C.I. 180228932-0**

Ambato, 12 de febrero del 2019

## **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 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.



---

**Bethy Maribel Arequipa Santo**

**C.I. 055006877-9**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La diversificación de productos en el sector comercial, constituye una estrategia de crecimiento que permite atraer nuevos mercados mediante el desarrollo e innovación de nuevos productos o servicios, basados en ofertar varias alternativas de compra al cliente para garantizar la permanencia en el mercado a través de la satisfacción del consumidor.

El objetivo de este artículo fue comprobar que la teoría existente sobre la diversificación de los productos es una forma viable para mejorar el nivel satisfacción de los consumidores de los almacenes comerciales de la zona 3 del Ecuador. La investigación de campo y las cuatro categorías más relevantes del sector comercial fueron el soporte para conseguir información verídica de la zona mencionada, con respecto a la satisfacción del consumidor. En la investigación se comprobó que los almacenes comerciales se deben enfocar en presentar nuevos productos en base a las exigencias del consumidor para incrementar la demanda y disminuir el riesgo de fracasar en el mercado con la existencia de pocos productos.

Los resultados de la investigación muestran que almacenes realizan una administración adecuada de las líneas de productos contribuyendo a obtener un alto índice de satisfacción de los consumidores en relación a la variedad y la calidad de los productos.

Además, la diversificación de productos es la decisión estratégica más utilizada dentro del entorno comercial aplicada en los almacenes, dicha diversificación es agresiva y provocadora que despierta el interés del consumidor al momento de realizar la compra satisfaciendo sus necesidades.

**PALABRAS CLAVES:** ARTICULO ACADÉMICO, DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS, SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR, SECTOR COMERCIAL

## **ABSTRACT**

The diversification of products in the commercial sector, constitutes a growth strategy that allows to attract new markets through the development and innovation of new products or services, based on offering several alternatives of purchase to the client to guarantee the permanence in the market through the consumer satisfaction.

The objective of this article was to verify that the existing theory on the diversification of the products is a viable way to improve the level of satisfaction of the consumers of the commercial stores of zone 3 of Ecuador. The field research and the four most relevant categories of the commercial sector were the support to get true information of the area mentioned, with respect to consumer satisfaction. The research found that commercial stores should focus on presenting new products based on consumer demands to increase demand and reduce the risk of failing in the market with the existence of few products.

The results of the investigation show that warehouses carry out an adequate administration of the product lines contributing to obtain a high index of satisfaction of the consumers in relation to the variety and the quality of the products.

In addition, the diversification of products is the strategic decision most used within the commercial environment applied in the stores, said diversification is aggressive and provocative that arouses consumer interest at the time of making the purchase satisfying their needs.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, PRODUCT DIVERSIFICATION, CONSUMER SATISFACTION, COMMERCIAL SECTOR