



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: “La comunicación digital y el comportamiento del consumidor de la empresa Textil Buenaño del cantón Ambato”

AUTORA: Mónica Paulina Garcés Veloz

TUTOR: Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Elías David Caiza Yucailla, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La comunicación digital y el comportamiento del consumidor de la empresa Textil Buenaño del cantón Ambato**” presentado por el señorita **Mónica Paulina Garcés Veloz** para optar por el título de Ingeniero 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, 22 de febrero del 2022

Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.

C.I.1803458668

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Mónica Paulina Garcés Veloz**, 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.



Mónica Paulina Garcés Veloz
C.I.1803613155

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. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

C.I. 1803549219

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

C.I.1803538048

Ambato, 22 de febrero 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.



Mónica Paulina Garcés Veloz

C.I.1803613155

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Textil Buenaño tiene 49 años en el mercado su actividad económica es la producción y comercialización de toallas, telas e hilos, la misma que provee dichos productos a la comunidad Ambateña para la confección de prendas y toallas de baño. La empresa se caracteriza por comercializar sus productos con calidad, eficiencia y constancia con el uso de tecnología de punta, además de talento humano calificado que garantiza a los consumidores actuales y potenciales un producto competitivo.

La investigación es importante, porque a través del estudio del comportamiento del consumidor de la empresa Textil Buenaño se podrá conocer la percepción de los consumidores actuales y potenciales; establecer estrategias para conseguir su fidelización, además que mediante la comunicación digital nos permite tener mayor interacción con nuestros clientes proyectándonos a lograr que la empresa incremente sus ventas y posicionamiento en el mercado.

La información obtenida de la investigación aplicada a los distribuidores externos de la empresa coincide que es necesario implementar aspectos como la modernización de la página web empresarial, generación frecuente de contenido digital y promoción a través de medios sociales digitales, como medio para obtener mayor interacción y facilitar el proceso de compra y atención post venta.

La propuesta obtenida de la investigación nos permite identificar la necesidad de diseñar publicidad atractiva buscando el fortalecimiento de la marca y la promoción dirigido a los clientes actuales y potenciales, a través de medios digitales; también se considera incrementar en el punto de venta una zona destinada para colocar productos en oferta con precios atractivos que permitan mayor rotación del producto e incremento en las ventas de la empresa Textiles Buenaño.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, COMUNICACIÓN DIGITAL, COMPORTAMIENTO, CONSUMIDOR, PRODUCTO TEXTIL, FIDELIZACIÓN.

ABSTRACT

The Textil Buenaño company has been in the market for 49 years. Its economic activity is the production and commercialization of towels, fabrics and threads, the same one that provides these products to the Ambateña community for the manufacture of garments and bath towels. The company is characterized by marketing its products with quality, efficiency and consistency with the use of state-of-the-art technology, as well as qualified human talent that guarantees current and potential consumers a competitive product.

The research is important, because through the study of the behavior of the consumer of the company Textil Buenaño, it will be possible to know the perception of current and potential consumers; establish strategies to achieve their loyalty, in addition to digital communication that allows us to have greater interaction with our clients, projecting ourselves to achieve that the company increases its sales and positioning in the market.

The information obtained from the research applied to the external distributors of the company agrees that it is necessary to implement aspects such as the modernization of the corporate website, frequent generation of digital content and promotion through digital social media, as a means to obtain greater interaction and facilitate the purchase process and after-sales service.

The proposal obtained from the research allows us to identify the need to design attractive advertising seeking to strengthen the brand and promotion aimed at current and potential customers, through digital media; It is also considered to increase in the point of sale an area destined to place products on sale with attractive prices that allow greater rotation of the product and increase in the sales of the company Textiles Buenaño.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, DIGITAL COMMUNICATION, BEHAVIOR, CONSUMER, TEXTILE PRODUCT, LOYALTY

