



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Estrategias que influyen en el comportamiento del consumidor en tiempos de pandemia en las empresas del sector comercial”**

**AUTOR: Christian Alejandro Ramirez Guevara**

**TUTOR: Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Febrero 2023**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Estrategias que influncian en el comportamiento del consumidor en tiempos de pandemia en las empresas del sector comercial**” presentado por el señor **Christian Alejandro Ramirez Guevara** 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, 7 de febrero del 2023



---

**Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora, Mg.**

**C.I.1802993079**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Christian Alejandro Ramirez Guevara**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by 'A. Ramirez Guevara'.

---

**Christian Alejandro Ramirez Guevara**

**C.I.1804377982**

## **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.



**Dr. Walter Kamiro Jimenez Silva, MBA.**

**C.I. 0501797351**



**Ing. Santiago Oswaldo Verdesoto Velastegui, PhD.**

**C.I.1802890036**

Ambato, 7 de febrero del 2023

## **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.



---

**Christian Alejandro Ramirez Guevara**

**C.I.1804377982**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Las empresas del sector comercial de la ciudad Ambato Ecuador, dedicadas a la comercialización de una extensa gama de productos, bienes y servicios los cuales forman parte de la economía de nuestro país. Por lo cual es indispensable que cada una de las empresas obtén por tomar estrategias que le permitan cumplir sus objetivos.

Es por esta razón que el objetivo de la presente investigación tiene como fin determinar cuáles son las estrategias que influyen en el comportamiento del consumidor que aplicaron en las empresas del sector comercial en tiempos de pandemia.

Por medio de la recolección de datos numéricos y estadísticos, que fueron recopilados e interpretados en base a los criterios de 25 pymes comerciales de la ciudad de Ambato, muestran que las empresas aplicaron estrategias de evolución y siendo la motivación intrínseca, la personalidad y percepción el factor clave en el cambio del comportamiento de los consumidores

Las empresas Tungurahueses pueden emplear los resultados de la investigación para identificar los principales eslabones y características del comportamiento del consumidor en tiempos de pandemia (COVID 19) de forma que las empresas puedan modificar su modelo de negocio o adaptarlo de mejor manera a la realidad comercial que se vive en la actualidad mediante las plataformas digitales que permiten sistematizar los procesos de comercialización de productos y servicios.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, SECTOR COMERCIAL, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, ESTRATEGIAS, PANDEMIA.

## **ABSTRACT**

The companies of the commercial sector of the city Ambato Ecuador, dedicated to the commercialization of a wide range of products, goods and services which are part of the economy of our country. Therefore, it is essential that each of the companies obtain by taking strategies that allow them to meet their objectives.

It is for this reason that the objective of this research is to determine which are the strategies that influence consumer behavior that were applied in companies in the commercial sector in times of pandemic.

Through the collection of numerical and statistical data, which were compiled and interpreted based on the criteria of 25 commercial SMEs in the city of Ambato, they show that the companies applied evolution strategies and that intrinsic motivation, personality and perception were the main factors. key factor in changing consumer behavior.

Tungurahuan companies can use the results of the research to identify the main links and characteristics of consumer behavior in times of pandemic (COVID 19) so that companies can modify their business model or better adapt it to the commercial reality that It is currently lived through digital platforms that allow the processes of commercialization of products and services to be systematized.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, COMMERCIAL SECTOR, CONSUMER BEHAVIOR, STRATEGIES, PANDEMIC.

**ENLACE DEL ARTÍCULO PUBLICADO**

[https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/1569](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1569)