



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “Desarrollo del comercio electrónico: restricciones de movilidad y cambios en el comportamiento del consumidor”

AUTORES:

Daniel Urbano Bonilla Tigse

Luis David Cisneros Beltrán

TUTOR: Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Desarrollo del comercio electrónico: restricciones de movilidad y cambios en el comportamiento del consumidor**” presentado por los señores **Daniel Urbano Bonilla Tigse** y **Luis David Cisneros Beltrán** para optar por el título de Ingenieros 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, 9 de julio del 2021

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

C.I.180353804-8

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Daniel Urbano Bonilla Tigse** y **Luis David Cisneros Beltrán**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Daniel Urbano Bonilla Tigse

C.I. 1803768298



Luis David Cisneros Beltrán

C.I. 1804365250

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. Juan Gabriel Saltos Cruz

C.I. 1802570984

Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha, Mg.

C.I. 1803022639

Ambato, 9 de julio del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos 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.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autores.



Daniel Urbano Bonilla Tigse

C.I. 1803768298



Luis David Cisneros Beltrán

C.I. 1804365250

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, la emergencia sanitaria a causa de COVID-19 ha generado desafíos en el sistema socio-económico mundial, tales como: la manera de trabajar, educarse, vender-comprar, comunicarse, entre otros. Esto enfatiza el uso de las TIC que ha permitido contrarrestar el aislamiento, confinamiento o restricciones de movilidad y difundir las medidas profilácticas en pro de la sociedad. Además, los cambios en el comportamiento del consumidor han sido relevantes puesto que buscan nuevas actividades, prácticas o rutinas para recuperar el balance perdido a raíz del confinamiento y por ende señala que el e-commerce será un hábito durante y posterior a este problema de salud pública.

Con este antecedente, el tema propuesto de investigación tiene el objetivo de analizar el comportamiento del consumidor con el comercio electrónico durante las restricciones de movilidad humana a causa del COVID-19, sector pymes de la provincia de Tungurahua – Ecuador durante el periodo 2020.

Esta investigación, se sustentó a partir del método bibliográfico puesto que se describió y sustentó las variables de estudio a través de la recopilación, revisión y análisis de referencias bibliográficas. Por consiguiente, el método cuantitativo permitió recolectar y analizar los datos respecto al objeto de estudio mediante el instrumento (encuesta).

En conclusión, se evidenció que las restricciones de movilidad a causa de COVID-19 han generado cambios en el ámbito de compra-venta debido a que existe mayor demanda de productos de primera necesidad. Por último, destaca el desarrollo del comercio electrónico a través del uso de herramientas digitales, tales como redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles, entre otros; lo cual ha sido fundamental ante el impacto severo de la emergencia sanitaria.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, COVID-19, COMERCIO ELECTRÓNICO, RESTRICCIÓN, COMPORTAMIENTO DELCONSUMIDOR

ABSTRACT

Currently, the health emergency due to COVID-19 has generated challenges in the global socio-economic system, such as: the way of working, educating, selling-buying, communicating, among others. This emphasizes the use of ICTs that has made it possible to counteract isolation, confinement or mobility restrictions and to disseminate prophylactic measures in favor of society. In addition, the changes in consumer behavior have been relevant since they seek new activities, practices or routines to recover the balance lost as a result of confinement and therefore points out that e-commerce will be a habit during and after this public health problem.

With this background, the proposed research topic aims to analyze consumer behavior with e-commerce during human mobility restrictions due to COVID-19, SME sector of the province of Tungurahua – Ecuador during the period 2020.

This research was based on the bibliographic method since the study variables were described and supported through the collection, review and analysis of bibliographic references. Therefore, the quantitative method allowed to collect and analyze the data regarding the object of study by means of the instrument (survey).

In conclusion, it was evidenced that mobility restrictions due to COVID-19 have generated changes in the field of purchase and sale due to the greater demand for basic necessities. Finally, it highlights the development of electronic commerce through the use of digital tools, such as social networks, web pages, mobile applications, among others; this has been fundamental in the face of the severe impact of the health emergency.

PALABRAS CLAVES: ACADEMIC ARTICLE, COVID-19, E-COMMERCE, RESTRICTION, CONSUMER BEHAVIOR

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/565/689