

# **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: “Marketing móvil: un estudio actitudinal del consumidor comercial de la provincia de Tungurahua”**

**AUTORA: Johanna Gabriela Chiluisa Chiluisa**

**TUTOR: Ing. Elías David Caisa Yucailla. Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Enero 2022**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marketing móvil: un estudio actitudinal del consumidor comercial de la provincia de Tungurahua**” presentado por la señorita **Johanna Gabriela Chiluisa Chiluisa** 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, 10 de enero del 2022

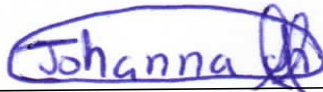
---

**Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.**

**C.I.1803458668**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Johanna Gabriela Chiluisa Chiluisa**, 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.



**Johanna Gabriela Chiluisa Chiluisa**

**C.I.0504414137**

## **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.

**Dra. Alicia Giovanna Ortiz Morales, Mg.**

**C.I. 1802340248**

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

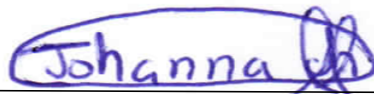
**C.I. 1802289320**

Ambato, 10 de enero 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.



**Johanna Gabriela Chiluisa Chiluisa**

**C.I.0504414137**

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este trabajo fue integrar la teoría del comportamiento planificado (TPB), el modelo de aceptación de tecnología (TAM) para predecir las actitudes, intenciones y comportamiento virales de los jóvenes consumidores de Tungurahua.

Se aplicó una encuesta a 385 estudiantes universitarios en la provincia de Tungurahua. Los datos se sometieron a análisis estadísticos que incluyen la correlación de Pearson, el modelado de ecuaciones estructurales y la regresión lineal mediante el software estadístico SPSS. Los resultados de las pruebas del modelo SEM confirmaron la cadena de actitudes virales de los jóvenes consumidores hacia las intenciones del comportamiento real.

La norma subjetiva, el costo percibido y el placer fueron predictores significativos de sus actitudes virales. Sus actitudes virales, utilidad percibida y norma subjetiva predijeron su intención de transmitir entretenidos mensajes electrónicos.

Su intención de reenviar mensajes electrónicos útiles fue determinada por sus actitudes virales, utilidad percibida y mavenismo de mercado. los factores antes mencionados predijeron su comportamiento móvil en el mercado.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, COMUNICACIÓN MÓVIL, MARKETING MÓVIL, TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO.

## **ABSTRACT**

The objective of this work was to integrate the theory of planned behavior (TPB), the technology acceptance model (TAM) to predict the viral attitudes, intentions and behavior of young consumers of Tungurahua.

A survey was applied to 385 university students in the province of Tungurahua. The data were subjected to statistical analyzes including Pearson's correlation, structural equation modeling, and linear regression using SPSS statistical software. The test results of the SEM model confirmed the chain of viral attitudes of young consumers towards the intentions of real behavior.

The subjective norm, perceived cost, and pleasure were significant predictors of their viral attitudes. Their viral attitudes, perceived usefulness, and subjective norm predicted their intention to convey entertaining electronic messages.

Their intention to forward useful e-mails was determined by their viral attitudes, perceived usefulness, and market maneuvering. The aforementioned factors predicted their mobile behavior in the market.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, CONSUMER BEHAVIOR, MOBILE COMMUNICATION, MOBILE MARKETING, THEORY OF PLANNED BEHAVIOR.

## CARTA DE ACEPTACIÓN



Quito, 21 de octubre de 2021

**JOHANNA CHILUISA**  
**ELIAS CAISA**

Presente.

**V7-N2-898**

Reciban un cordial saludo del equipo de la revista 593 Digital Publisher CEIT, esta es una revista digital de investigación en las áreas de: Educación, Administración, Auditoría, Innovación Tecnológica, Finanzas, Emprendimiento, con ISSN# 2588-0705, está indexada en Latindex con catálogo v2.0, es arbitrada (pares ciegos), evalúa la pertinencia en la calidad de investigación y sus dinámicas propias relacionadas al tema de estudio, con el fin de garantizar estándares de exigencia académica.

Este documento certifica que ha concluido la fase de revisión de pares, por lo tanto, el artículo es aceptado para la publicación en el V7. N2. de mar/abr del 2022, por los autores **Johanna Chiluisa y Elias Caiza**, con el tema **Marketing móvil: Un estudio actitudinal del consumidor comercial de la provincia de Tungurahua**, cuyos resultados obedecen a un proceso de investigación previo del/os autor/es.

Agradecemos su publicación y les deseamos éxitos en su carrera como investigadores.

Philipp Altmann Ph.D  
Director