

RESUMEN

Actualmente las empresas tienen gran competitividad en el mercado, por ello buscan estar acorde con los constantes avances tecnológicos, uno de ellos, el marketing móvil que constituye una herramienta clave para comunicarse de manera inmediata empresa-cliente, permitiendo analizar la influencia o no en el comportamiento de compra, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, además de estudiar las distintas conductas y percepciones del individuo al momento de realizar el proceso de decisión de compra. Su aplicación es fundamental, por lo que hoy en día el desarrollo de la tecnología es constante, lo que permite que las personas conecten de manera permanente y rápida; por ello, esta herramienta cada vez se prioriza sobre los canales de información, de tal manera que las empresas de consumo masivo la implementan como estrategia para obtener más clientes. Gran parte de la población del cantón Rumiñahui utiliza un dispositivo móvil, siendo este el principal medio que permite aplicar el marketing móvil atendiendo de manera inmediata los requerimientos del consumidor, que ahora indaga, averigua, se familiariza y compara información para tomar su decisión final de compra. El aporte de la investigación será la orientación hacia las empresas del Cantón Rumiñahui, que cuentan con autoservicio, a través de la propuesta, en ella se encontrará la forma de emplear adecuadamente la aplicación de marketing móvil, para finalmente beneficiar al cliente en cuanto a confianza, comodidad, ahorro de tiempo en sus compras-dinero y sobre todo la disponibilidad de la información de cada una de las empresas con autoservicios.

PALABRAS CLAVES:

- **MARKETING MÓVIL**
- **COMPORTAMIENTO DE COMPRA**
- **PUBLICIDAD**
- **EMPRESAS CON AUTOSERVICIOS**
- **DISPOSITIVOS MÓVILES**

ABSTRATC

Currently, companies are highly competitive in the market, so they seek to be with the constant technological advances, one of them, it is mobile marketing that constitutes a key tool to communicate immediately company-client, allowing to analyze the influence or not in the Purchase behavior in order to satisfy the needs of the consumer, in addition to studying the different behaviors and perceptions of the individual at the time of making the purchase decision process. Its application is fundamental, so that today the development of technology is constant, which allows people to connect permanently and quickly; Therefore, this tool is increasingly prioritized on information channels, so that mass consumer companies implement it as a strategy to obtain more customers. A large part of the population of the Rumiñahui canton uses a mobile device, this being the main means of applying mobile marketing, immediately attending to the requirements of the consumer, who now inquires, finds out, acquaints himself and compares information to make his final decision. purchase. The contribution of the research will be the orientation towards the companies of the Canton Rumiñahui, which have self-service, through the proposal, it will find how to properly use the mobile marketing application, to ultimately benefit the customer in terms of trust, Convenience, time savings in their purchases - money and above all the availability of the information of each of the companies with self-services.

KEYS WORD:

- **MOBILE MARKETING**
- **SHOPPING BEHAVIOUR**
- **ADVERTISING**
- **COMPANIES WITH SELF-SERVICE**
- **MOBILE DEVICES**