

RESUMEN

El mercado cosmético conforme va avanzando el tiempo conjuntamente con el avance de la tecnología, ha ido también ampliando su gama de productos de tal manera que actualmente existen diversidad de marcas, presentaciones, costos a fin de cumplir con las expectativas de cada cliente. Hombres y mujeres adquieren al menos uno o dos productos cosméticos mensualmente, sin embargo, se torna complicado el momento de tomar la mejor decisión tras enfrentarse a la gran variedad que el mercado ofrece. El presente estudio se ha realizado con la finalidad de analizar la influencia que el e-wom tiene en la decisión de compra de productos cosméticos en hombres y mujeres de la ciudad de Quito, a fin de proporcionar amplia información a las empresas que intervienen en la industria cosmética y así brindar apoyo en las estrategias de comercialización. Los resultados se obtuvieron mediante una encuesta realizada a 196 personas de 15 a 50 años de edad que pertenecen a la ciudad de Quito a través del muestreo probabilístico aleatorio simple, entre los cuales se enfatizan los siguientes resultados, la población considera muy importante los comentarios vertidos en medios digitales acerca de un producto cosmético, los datos mencionan que en su mayoría la población que ha utilizado sitios web como foros, redes sociales, blogs, para informarse de la existencia de productos cosméticos, es influenciada en la decisión de compra en función a las publicaciones de medios digitales utilizados en la metodología del e-wom, siendo facebook el más influyente en la compra.

PALABRAS CLAVE

- **E-WOM**
- **DECISIÓN DE COMPRA**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **SECTOR COSMÉTICO**
- **SOCIAL MEDIA**

ABSTRACT

The cosmetic market, as time goes on in conjunction with the advancement of technology, has also expanded its range of products in such a way that there are currently a diversity of brands, presentations and costs in order to meet the expectations of each client. Men and women buy at least one or two cosmetic products monthly, however, it becomes difficult to make the best decision after facing the great variety that the market offers. The present study was carried out with the purpose of analyzing the influence that the e-wom has on the decision to buy cosmetic products in men and women of the city of Quito, in order to provide ample information to the companies that take part in the cosmetic industry and thus provide support in marketing strategies. The results were obtained through a survey of 196 people aged 15-50 who belong to the city of Quito through simple random probability sampling, among which the following results are emphasized, the population considers the comments to be very important in digital media about a cosmetic product, the data mention that mostly the population that has used websites such as forums, social networks, blogs, to inquire about the existence of cosmetic products, is influenced in the purchase decision in terms of the digital media publications used in e-wom methodology, being facebook the most influential in the purchase.

KEYWORDS

- **E-WOM**
- **PURCHASE DECISION**
- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **COSMETIC SECTOR**
- **SOCIAL MEDIA**