

RESUMEN

En la actualidad es un hecho que la tecnología ha facilitado el intercambio de bienes y servicios, los productos ahora se compran en línea. Pero existen también así servicios que se dictan en línea, uno de esos son los productos e-learning, que son cursos, impartidas como capacitaciones de forma online. Estos productos, son más económicos que los presenciales, son flexibles ya que se puede acceder a las plataformas a cualquier hora del día y además con una sola metodología de enseñanza se puede educar a un gran número de personas al mismo tiempo.

A pesar de los beneficios de los cursos e-learning, empresas que elaboran productos e-learning y desean entrar en el mercado afirman que es un proceso difícil, ya que los posibles consumidores encuentran a estos productos aburridos, tienen el temor de encontrar dificultades técnicas, no disponen de tiempo para seguir el curso, necesitan hablar físicamente con los instructores, o tienen la idea de que la calidad de estos no cumpla con las expectativas.

En el estudio se aplicó 370 encuestas a dueños de las PYMES, inscritas en el Distrito Metropolitano de Quito. La investigación ayudó a encontrar que los dueños que capacitarían a su personal mediante la contratación de productos e-learning pertenecen a la generación X en su mayoría, y seguido de la generación Y. Además de que los estímulos de marketing y los factores externos del entorno son muy importantes para los dueños de las PYMES para comprar productos e-learning.

Palabras clave:

- **PRODUCTOS E-LEARNING**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **PROCESO DE COMPRA**

ABSTRACT

Today it's a fact that technology has facilitated the exchange of goods and services, products are now bought online. But there are also services that are taught online, one of those is e-learning products, which are courses, taught as trainings online. These products are cheaper than the face-to-face ones, they are flexible since the platforms can be accessed at any time of the day. And also, with a single teaching methodology, a large number of people can be educated at the same time.

Despite the benefits of e-learning courses, companies that make e-learning products and want to enter the market say that it is a difficult process, since potential consumers find these products boring, they are afraid of encountering technical difficulties like: they do not have time to follow the course, they need to speak physically with the instructors, or they have the idea that the quality of these does not meet expectations.

In the study, 370 surveys were applied to owners of PYMES, registered in the Metropolitan District of Quito. The research helped to find that the owners who would train their staff by contracting e-learning products belong to generation X in the majority, and followed by generation Y. In addition, the marketing stimuli and external factors of the environment, are very important factors for PYMES owners to consider buying e-learning products.

Keywords:

- **E-LEARNING PRODUCTS**
- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **PURCHASING PROCESS**