

Resumen

El objetivo principal de este estudio fue determinar el impacto de la imagen corporativa en comportamiento del consumidor de los concesionarios vehiculares del cantón Rumiñahui con la finalidad de determinar cómo influyen las diversas dimensiones de la imagen corporativa sobre el comportamiento del consumidor y obtener información que sea útil en el manejo administrativo y técnico de las concesionarias, la información obtenida podrá ser utilizada para mejorar la imagen general de la concesionaria con su consumidor.

La imagen de una empresa en breves palabras es como esta se muestra en forma tanto física como organizacional ante el público general, consumidores, proveedores, gobierno, prensa e inversores. El manejo adecuado de esta imagen promoverá constantemente un acercamiento más adecuado con su consumidor y facilitará la toma de decisiones en cuanto al generar una compra o cualquier otro tipo de transacción con la empresa. El estudio usará un enfoque cuantitativo que a través de la recolección y análisis de datos de forma estadística determinará el grado de dependencia que tienen las variables de la imagen corporativa sobre el comportamiento del consumidor.

Los resultados serán obtenidos con la aplicación de una encuesta a las personas que tienen un vehículo matriculado en el cantón Rumiñahui, este cuestionario tiene preguntas que permitirán evidenciar la incidencia de la imagen corporativa en el comportamiento del consumidor.

Palabras clave: imagen corporativa, comportamiento del consumidor, satisfacción, lealtad, compromiso.

Abstract

The main objective of this study was to determine the impact of corporate image on consumer behavior of vehicle dealers in the Rumiñahui canton in order to determine how the various dimensions of corporate image influence consumer behavior and obtain useful information in the administrative and technical management of the concessionaires, the information obtained may be used to improve the general image of the concessionaire with its consumer.

The image of a company in a few words is how it is shown both physically and organizationally in the face of general public, consumers, suppliers, government, press and investors. Proper handling of this image will constantly promote a more appropriate approach with your consumer and will facilitate decision-making regarding the generation of a purchase or any other type of transaction with the company. The study will use a quantitative approach that, through the collection and analysis of data in a statistical way, will determine the degree of dependence that the variables of the corporate image have on consumer behavior.

The results will be obtained with the application of a survey to the people who have a vehicle registered in the Rumiñahui canton, this questionnaire has questions that will allow to demonstrate the incidence of the corporate image in the behavior of the consumer.

Keywords: corporate image, consumer behavior, consumer satisfaction, loyalty, commitment.