

Resumen

En el presente estudio se analizó la relación entre la influencia de los atributos intrínsecos de calidad percibida y la intención de compra de pan integral en Quito, con un enfoque de investigación cuantitativo. Adicionalmente, se estudió la existencia o no de diferencias significativas entre grupos respecto a las variables mencionadas y factores demográficos como edad, sexo y/o administración zonal. El instrumento utilizado fue diseñado, adaptado y validado al contexto local con base en los cuestionarios usados en el estudio de Heenan, Dufour, Hamid, Harvey y Delahunty (2008) sobre atributos intrínsecos de pan y en el estudio de Long-Chuan, Wen-Pin y Hsiu-Hua (2014) sobre la intención de compra. El cuestionario fue aplicado de manera aleatoria a 384 consumidores expertos de pan integral en cinco administraciones zonales urbanas del Distrito Metropolitano de Quito y los resultados fueron procesados en el Software SPSS 22.0. Los resultados obtenidos reflejan la no existencia de relación entre los atributos intrínsecos de calidad percibida y la intención de compra de pan integral en Quito. Adicionalmente, se identificó la existencia de diferencias significativas entre la influencia de los atributos intrínsecos y la intención de compra respecto al sexo de los encuestados, esto en contraste con la no existencia de diferencias significativas entre las variables respecto de la edad. Finalmente, se halló que no existen diferencias en la influencia de los atributos intrínsecos respecto de la administración zonal, a diferencia de la intención de compra y la administración zonal en la cual sí existen diferencias significativas.

Palabras clave:

- **ATRIBUTOS INTRÍNSECOS**
- **CALIDAD PERCIBIDA**
- **INTENCIÓN DE COMPRA**
- **PAN INTEGRAL**
- **CALIDAD**

Abstract

The main point of this investigation was the analysis of the influence of intrinsic attributes of perceived quality and the consumer's purchase intention of wholemeal bread in the city of Quito. This project has a quantitative approach. In addition, it was analyzed the presence or not of significant differences between groups of age, sex and local districts. The questionnaire used was designed, adapted and validated according to the local context, using two different instruments from the work of Heenan, Dufour, Hamid, Harvey y Delahunty (2008), who investigated the attributes of wholemeal bread and Long-Chuan, Wen-Pin y Hsiu-Hua (2014) who analyzed the purchase intention variable. The survey was answered by 384 experienced consumers of wholemeal bread, in 5 different local districts of Quito. The information obtained was processed in the Software SPSS 22.0. The results obtained showed that there is no significant relationship between the intrinsic attributes and the purchase intention of wholemeal bread in the city of Quito. In addition, it was identified that there are significant differences regarding the influence of intrinsic attributes and purchase intention between women and men. In the other hand, it was identified that there are no significant differences between age groups with regard to the influence of the intrinsic attributes and the purchase intention. Finally, it was found that there are no significant differences with respect to the influence of intrinsic attributes between the local district. In counterpart, there are significant differences with regard to the influence of purchase intention and local districts.

Key words:

- **INTRINSIC ATTRIBUTES**
- **PERCEIVED QUALITY**
- **PURCHASE INTENTION**
- **WHOLEMEAL BREAD**
- **QUALITY.**