

RESUMEN

El presente estudio estuvo orientado a analizar de la reacción estratégica de la empresa Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda. Frente a la aplicación de la ley para el equilibrio de las finanzas públicas 2016 y los hábitos de consumo de los compradores de bebidas azucaradas gaseosas del Distrito Metropolitano de Quito en el primer trimestre de 2018. Con el fin de conocer cuáles fueron las secuelas ocasionadas por dicha ley en la empresa, así como su reacción estratégica, y determinar el impacto de la semaforización en los hábitos de consumo de los compradores de bebidas azucaradas gaseosas del Distrito Metropolitano de Quito. Pues, aunque inicialmente, la investigación estuvo encaminada a realizarse en las principales empresas de la industria de bebidas azucaradas gaseosas, como son Arca Ecuador, Tesalia CBC, AJEcuador y Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda.; ante la negativa de las demás empresas del sector de disponibilizar información sobre las mismas, se escogió la empresa Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda., empresa que se desempeña dentro de este ambiente como objeto del presente estudio. De acuerdo a las fuentes de información la presente investigación fue de tipo mixto ya que abarcó una investigación documental y de campo, en la cual se tomó como fundamentación teórica las estrategias competitivas genéricas referidas por Porter (2008), y las estrategias competitivas planteadas por Kotler y Armstrong (2012).

PALABRAS CLAVES

- **HÁBITOS DE CONSUMO**
- **INDUSTRIA**
- **REACCIÓN ESTRATÉGICA**
- **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS**

ABSTRACT

The present study was aimed at analyzing the strategic reaction of the Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda. Faced with the application of the law for the balance of public finances 2016 and the consumption habits of buyers of soft drinks sweetened gas from the Metropolitan District of Quito in the first quarter of 2018. In order to know what were the aftermath caused by this law in the company, as well as its strategic reaction, and to determine the impact of the traffic lights on the consumption habits of the buyers of soft drinks sweetened in the Metropolitan District of Quito. Well, although initially, the research was aimed at being carried out in the main companies in the sugary soft drinks industry, such as Arca Ecuador, Tesalia CBC, AJ Ecuador and Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda.; due to the refusal of the other companies in the sector to provide information about them, the company Olympic Juice Olyjuice Cía. Ltda. was chosen, A company that works within this environment as the object of this study. According to the sources of information, the present investigation was of a mixed type, since it covered a documentary and field research, in which the generic competitive strategies referred to by Porter (2008), and the competitive strategies proposed by Kotler and Armstrong (2012), were taken as a theoretical foundation..

KEYWORDS

- **CONSUMPTION HABITS**
- **INDUSTRY**
- **STRATEGIC REACTION**
- **COMPETITIVE STRATEGIES**