

RESUMEN

La incidencia en el comportamiento del consumidor de la oferta de víveres de primera necesidad en pymes en el norte del distrito metropolitano de Quito durante el periodo 2014 – 2016. A medida que el Ecuador tiene la necesidad de satisfacer su necesidad primaria de alimentarse, también se incrementan las expectativas de venta de las empresas que comercializan alimentos de primera necesidad. Lo que incide en el comportamiento del consumidor, su necesidad básica de abastecerse de alimentos, los cuales deben cumplir requisitos tales como, buena calidad, limpios, desinfectados, saludables, con registro sanitario y garantizados; este fenómeno en el comportamiento humano ocasiona que sus necesidades y expectativas sean cada vez más altas, es por eso que el servicio mejora conforme a las exigencias del consumidor. En el norte Quito, las Pyme encargadas de la venta de víveres de primera necesidad alcanzan el porcentaje del 86%, además estas grandes cadenas de supermercados han entrado en competencia para captar nuevos nichos de mercado, teniendo que apostar por mejores ofertas, promociones. Se ha observado que los estándares alimenticios y las necesidades cambian y siempre van a necesitar una mejora continua, por lo tanto los consumidores de víveres de Primera necesidad del norte de Quito no se sienten satisfechos con la calidad de productos en las pymes. La adquisición de alimentos con bajo contenido nutricional comida rápida a menor precio, lo que provoca problemas de salud como obesidad, anemia y desnutrición, las cadenas multinacionales que comercializan víveres de primera necesidad no rigen sus precios en base a la canasta básica sugerida por el estado.

COMPORATMIENTO

CONSUMIDOR

OFERTA

DEMANDA

EXIGENCIAS

ABSTRACT

The impact on consumer behavior of the supply of basic necessities in SMEs in the north of the metropolitan district of Quito during the period 2014 - 2016. As Ecuador has the need to satisfy its primary need to feed itself, Increase the sales expectations of companies that sell staple foods. What impacts on the behavior of the consumer, their basic need to supply food, which must meet requirements such as, good quality, clean, disinfected, healthy, sanitary registration and guaranteed; This phenomenon in human behavior causes their needs and expectations to be higher, that is why the service improves according to the demands of the consumer. In northern Quito, the SMEs in charge of the sale of basic necessities reach the percentage of 86%, in addition these large supermarket chains have entered in competition to capture new market niches, having to bet for better offers, promotions. It has been observed that food standards and needs change and will always need continuous improvement, therefore consumers of necessities in the north of Quito are not satisfied with the quality of products in SMEs. The acquisition of foods with low nutritional content fast food at a lower price, which causes health problems such as obesity, anemia and malnutrition, multinational chains that sell basic necessities do not govern their prices based on the basic basket suggested by the state.

COMPOSITION

CONSUMER

OFFER

DEMAND

REQUIREMENTS