

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar los factores claves para establecer si los productos y servicios que se ofertan en los mercados municipales del Distrito Metropolitano de Quito, garantizan la prestación de estos a los usuarios y clientes que diariamente acuden a estos centros de comercio, así se podrá determinar qué aspectos son los más importantes para lograr cubrir las expectativas de quienes realizan sus actividades comerciales, el modelo se establecerá en base a los resultados que arroje el trabajo de campo y estará alineado a las políticas y normativas vigentes con la finalidad de que sea viable y realizable para las personas o entidades que participen en la mejora de los mismos, esto permitirá que los mercados municipales puedan competir frente a nuevos oferentes que frecuentemente vienen apareciendo en la ciudad, mismos que pueden afectar a la sobrevivencia de estos en el mediano y largo plazo si no logran adaptarse a las nuevas tendencias de comercialización, nuevas tecnologías, nuevas generaciones de clientes, entre otras; cada mercado municipal tiene su particularidad en base a los productos o servicios que ofertan y en base a esto han captado su nicho de mercado, pero a pesar de esto se puede trabajar en un modelo general que favorezca de igual manera a toda la red de mercados y así puedan llegar a ser competitivos y sostenibles en el tiempo.

PALABRAS CLAVE:

- **PRESTACIÓN DE SERVICIOS**
- **ACTIVIDADES COMERCIALES**
- **MERCADOS MUNICIPALES**

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the key factors to establish if the products and services offered in the municipal markets of the Metropolitan District of Quito guarantee the provision of these to the users and customers who daily visit these shopping centers, in that way it will be possible to determine which aspects are the most important in order to meet the expectations of those who carry out their commercial activities, the model will be established based on the results of the field work and will be aligned with the policies and regulations in force in order to make it viable and feasible for people or entities involved in the improvement of them, this will allow municipal markets to compete against new suppliers that frequently appear in the city, which may affect the survival of these in the medium and long term if they cannot adapt to the new trends marketing, new technologies, new generations of customers, among others; each municipal market has its particularity based on the products or services they offer and based on this they have captured a market niche, but despite of this, its possible to work on a general model that equally favors the entire market network and so they can become competitive and sustainable over time.

KEYWORDS:

- **PROVISION OF SERVICES**
- **COMMERCIAL ACTIVITIES**
- **MUNICIPAL MARKETS**