

Resumen

El COVID 19 a nivel mundial fue declarado como pandemia lo que afecto a las economías locales e internacionales obligándoles en muchos casos a cerrar sus puertas a ciertas industrias, mientras que otras como la farmacéutica, plataformas tecnológicas, transporte, comercio en línea, pagos en línea, telecomunicaciones, media y software tuvieron su desarrollo accionario y económico en su punto más alto durante el confinamiento, no obstante para el caso de Ecuador un país el cual se vio seriamente afectado por la emergencia sanitaria su crecimiento económico surgió en el área de transporte individual urbano como es la bicicleta, motos, bicicletas electricas, su principal crecimiento fue marcado por las medidas tomadas en la capital las cuales fueron suspensión del transporte público y el distanciamiento social para evitar la propagación del COVID 19 dando paso a los quiteños a buscar alternativas de movilización para sus labores diarios del cual surge la presente investigación la misma que tiene como objetivo analizar el comportamiento del consumidor en el proceso de compra de bicicletas en el DMQ en la cuarentena del COVID-19, comprender los factores que inciden en el consumidor, lo que busca en el producto, determinar el perfil del consumidor, descubrir los motivos que han orillado a las personas a adquirir una bicicleta, que ventajas adquieren cada uno de ellos con la compra de determinado producto. Para alcanzar los objetivos planteados se realizado una investigación de tipo cuantitativo con un diseño transversal lo que nos permite obtener resultados adecuados en un determinado momento.

Palabras clave:

- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **PROCESO DE COMPRA**
- **NECESIDADES**
- **DECISIÓN DE COMPRA**

Abstract

COVID 19 worldwide was declared a pandemic affecting local and international economies by forcing them in many cases to close their doors to certain industries, while others such as pharmaceuticals, technology platforms, transportation, online commerce, online payments, telecommunications, media and software had their shareholding and economic development at their peak during confinement , however in the case of Ecuador a country that was seriously affected by the health emergency its economic growth arose in the area of individual urban transport such as bicycles, motorbikes, electric bikes, its main growth was marked by the measures taken in the capital which were suspension of public transport and social estating to prevent the spread of COVID 19 giving way to the removing people to look for alternatives of mobilization for their work diaries from which this research arises the same that aims to analyze consumer behavior in the process of buying bicycles in the DMQ in the COVID-19 quarantine, understand the factors that affect the consumer, what they are looking for in the product, determine the profile of the consumer, discover the reasons that have shored people to buy a bicycle , which advantages each of them acquire with the purchase of a certain product. To achieve the objectives set, quantitative research with a cross-cutting design is carried out which allows us to obtain adequate results at a certain time.

Keywords:

- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **PURCHASING PROCESS**
- **NEEDS**
- **PURCHASE DECISION**