

RESUMEN

En la presente investigación que se presenta tiene como fin determinar la incidencia de la marca en la decisión de compra en el Distrito Metropolitano de Quito, para que al obtener la información necesaria la misma puede ser utilizada por personas o empresas que presenten algún tipo de interés que mediante hallazgos encontrados determinarán diferentes factores para que los consumidores adquieran un producto o servicio. Para la realización de este estudio se basará en un grupo específico de personas llamados generación millennial perteneciente a personas de entre 18 a 36 años, es por eso que mediante esta investigación se tendrá la oportunidad de saber los gustos y preferencias que tienen. La investigación se la realizará en el Distrito Metropolitano de Quito el cual consta de una extensión de 4.183km², cuya población general es de 2'735.987 habitantes, los cuales el 1'973.376 son la población económicamente activa datos obtenidos de (CNE, 2017) población compuesta por diferentes sectores las cual se tomara en cuenta solo el sector urbano de Quito para desarrollar la investigación.

PALABRAS CLAVE

- **MARCA**
- **DECISIÓN DE COMPRA**
- **MILLENNIALS**

ABSTRACT

The purpose of the present investigation is to determine the incidence of the brand in the purchase decision in the Metropolitan District of Quito, so that when obtaining the necessary information, it can be used by people or companies that present some type of interest. that by found findings will determine different factors for consumers to acquire a product or service. For the realization of this study will be based on a specific group of people called millennial generation belonging to people between 18 to 36 years, that is why through this research you will have the opportunity to know the tastes and preferences they have. The investigation will be conducted in the Metropolitan District of Quito which consists of an area of 4,183 km², whose general population is 2'735.987 inhabitants, which 1'973.376 are the economically active population data obtained from (CNE, 2017) population composed of different sectors which will take into account only the urban sector of Quito to develop research.

KEYWORDS

- **BRAND**
- **PURCHASE DECISION**
- **MILLENNIALS**