

## **Resumen**

En la actualidad a nivel nacional los vehículos de marcas chinas han tenido un gran auge y están ganando importante participación en el mercado, siendo el 25.6% en el año 2020, lo cual influyó en la presente investigación que tiene como objetivo analizar el comportamiento del consumidor y la participación de dichas marcas en el Distrito Metropolitano de Quito y Valle de los Chillos; para ello se utilizó el tipo de investigación exploratoria y descriptivo tipo transversal, para la parte cualitativa se realizaron entrevistas a profundidad a dos expertos del tema de distintas corporaciones y para la parte cuantitativa se aplicó encuestas a una muestra de 384 personas, utilizando la fórmula de muestra infinita ya que la población superó los 100.000 habitantes, el tipo de muestreo fue por conveniencia y posteriormente la información obtenida fue analizada con el Sistema Estadístico IBM SPSS; entre los principales hallazgos se pudo evidenciar el perfil potencial de consumidores de vehículos chinos, el SUV como el tipo de vehículo más cotizado, marcas como Great Wall y Chery más reconocidas en el mercado automotriz de marcas chinas y como atributos principales para decisión de compra fueron los precios económicos, seguridad y equipamiento tecnológico.

### **Palabras Clave:**

- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **PARTICIPACIÓN DEL MERCADO**
- **MERCADO AUTOMOTRIZ**

## **Abstract**

Currently at the national level, Chinese brand vehicles have had a great boom and are gaining an important market share, being 25.6% in 2020, which influenced the present investigation that aims to analyze consumer behavior and the participation of said brands in the Distrito Metropolitano de Quito and Valle de los Chillos; for this, the type of cross-sectional exploratory and descriptive research was used, for the qualitative part in-depth interviews were conducted with two experts on the subject from different corporations and for the quantitative part, surveys were applied to a sample of 384 people, using the formula of infinite sample since the population exceeded 100,000 inhabitants, the type of sampling was for convenience and later the information obtained was analyzed with the IBM SPSS Statistical System; among the main findings, it was possible to evidence the potential profile of Chinese vehicle consumers, the SUV as the most sought-after type of vehicle, brands such as Great Wall and Chery most recognized in the automotive market of Chinese brands and as main attributes for the purchase decision were economic prices, safety and technological equipment.

### **Keywords:**

- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **MARKET SHARE**
- **AUTOMOTIVE MARKET**