

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis fue desarrollada con el fin de contribuir a la comunidad ecológica del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), a través de un estudio analítico del consumidor verde. El consumidor ecológico presenta unos rasgos específicos que es preciso conocer a fin de poder proponer soluciones comerciales que se ajusten a sus necesidades. A partir de este estudio se pretende adquirir información cualitativa y cuantitativa de los consumidores quiteños que tienen preferencia por productos ecológicos en los siguientes rubros: alimentos orgánicos, ropa orgánica, productos de cuidado personal y artículos de material reciclado. Poder conocer los motivos que llevaron a estos consumidores a optar por este tipo de productos en cuanto a publicidad o promoción es de gran importancia, ya que conocerlos ayudaría a elaborar mensajes más efectivos que motiven al resto de la población a adoptar patrones de consumo sostenible. Para alcanzar el objetivo de este proyecto se realizó una investigación de mercado, con el fin de determinar el perfil actual del consumidor verde y sus principales motivaciones de compra, para ello se contó con la colaboración de ecoemprendedores y de los mismos consumidores quienes proporcionaron información para la localización de locales y ferias ecológicas. Analizando la información obtenida con este estudio se puede decir que, el consumidor verde es un segmento muy rentable y la salud predomina como motivación en la compra ecológica. Finalmente el aporte de este proyecto consiste en una propuesta de programa de fidelización que sea utilizada por los ecoemprendedores dirigido a los consumidores verdes.

PALABRAS CLAVE:

- **MARKETING ECOLÓGICO**
- **COMPORTAMIENTO**
- **MOTIVACIONES DE COMPRA**
- **CONSUMIDORES VERDES**
- **DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

ABSTRACT

This thesis was developed in order to contribute to the ecological community of the Metropolitan District of Quito (DMQ) through an analytical study of the green consumer. The green consumer has specific features which must be known in order to propose business solutions that fit their needs. From this study is to acquire qualitative and quantitative information of Quito consumers have a preference for organic products in the following categories: organic food, organic clothing, personal care products and items of recycled material. To know the reasons that led to these consumers to opt for this type of product in terms of advertising or promotion is of great importance as know would help develop more effective messages that motivate the rest of the population to adopt sustainable consumption patterns. To achieve the goal of this project market research was conducted to determine the current profile of the green consumer and their main motivations of purchase, for it was counted with the collaboration of ecoentrepreneurs and the same consumers who provided information to the location of local and environmental fairs. Analyzing the information obtained from this study can be said that the green consumer is a very profitable segment and health prevails as motivation in buying organic. Finally, the contribution of this project consists of a proposed loyalty program that is used by ecoentrepreneurs directed to green consumers.

KEYWORDS:

- **GREEN MARKETING**
- **BEHAVIOUR**
- **MOTIVATION OF PURCHASE**
- **GREEN CONSUMERS**
- **METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO**