

## **Resumen**

En los últimos años, se ha experimentado un cambio importante en la evolución del marketing verde y la producción orgánica en la aparición de nuevas tendencias de consumo que se distinguen por la conservación del medio ambiente. Surge de un nuevo comportamiento de consumo que se caracteriza por el interés y preocupación por su salud, así como la participación activa en actividades de mejora alimenticia y medioambiental. Este nuevo consumidor, valora de forma positiva que las empresas promuevan políticas ambientales. La investigación realizada se evalúa la influencia del marketing verde y el comportamiento del consumidor en alimentos orgánicos en las zonas urbanas de la provincia de Tungurahua, existe una necesidad por cuidar la salud con ayuda de la alimentación. La introducción, la identificación del problema y los objetivos del estudio los cuales nos permitirá la recopilación de información para identificar el perfil del consumidor ecológico, necesidades, gustos y preferencias. Se analizó el marco conceptual y teórico de la investigación, dando a conocer temas relacionados como el marketing verde, comportamiento de consumidor, alimentos orgánicos y conceptos de la investigación de mercados. El estudio de la presente investigación de mercados se realiza a través de la matriz de operacionalización de variables para el levantamiento de datos y generación de resultados sobre el comportamiento del consumidor ecológico. Se debe aprovechar el interés de los consumidores que tienen en cuanto a la salud y la alimentación saludable para que la campaña sea viable y así permita llegar al público objetivo de manera eficaz, con el fin de ayudar al desarrollo productivo del cantón.

Palabras clave:

**MARKETING VERDE**

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**ALIMENTOS ORGÁNICOS**

## **Abstract**

In recent years, there has been a significant change in the evolution of green marketing and organic production in the emergence of new consumer trends that are distinguished by the preservation of the environment. It arises from a new consumer behavior characterized by interest and concern for their health, as well as active involvement in food and environmental improvement. This new consumer positively valued companies to promote environmental policies.

Research conducted the influence of green marketing and consumer behavior in organic food in urban areas of the province of Tungurahua is evaluated, there is a need for health care with the help of food.

The introduction, problem identification and study objectives which allow us gathering information to identify the ecological profile of the consumer, needs, tastes and preferences.

The conceptual and theoretical framework of the research is analyzed, revealing issues such as green marketing, consumer behavior, concepts of organic food and market research. The study of this market research is through the operationalization of variables matrix for data collection and generation of results on the green consumer behavior.

It should take the interest of consumers have regarding health and healthy for the campaign to be viable and thus allow to reach the target audience effectively, in order to help the development of the canton productive power.

Keywords:

**GREEN MARKETING**

**CONSUMER BEHAVIOR**

**ORGANIC FOOD**