

## **RESUMEN**

El comportamiento de compra del consumidor, se analiza aplicando el modelo de la Teoría de comportamiento planeado, dentro de la cual existen tres pilares fundamentales para predecir el comportamiento (*actitud, normas subjetivas, control de comportamiento percibido*), adaptado de investigaciones previas realizadas en otros países, principalmente en India. Este estudio se aplica en la población de jóvenes del Distrito Metropolitano de Quito dentro de la generación millennial, quienes son considerados como una generación verde debido su preocupación por la conservación del medio ambiente (Chaudhary & Bisai, 2018). Esta investigación arroja resultados relevantes para la oferta de mercado de productos verdes, siendo el motor principal para su compra la conciencia ambiental que presentan los millennials, influyendo en la intención de compra y comportamiento de compra de forma indirecta, por medio de la actitud de comportamiento, normas subjetivas y control de comportamiento percibido. Adicionalmente, se establecieron dimensiones y variables que permitan explicar el comportamiento del objeto de estudio en base a la Teoría del Comportamiento Planeado.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **TEORÍA DE CONTROL PLANEADO**
- **PRODUCTOS ECOLÓGICOS**
- **CONCIENCIA AMBIENTAL**
- **COMPORTAMIENTO DE COMPRA VERDE**
- **INTENCIÓN DE COMPRA VERDE**
- **GENERACIÓN MILLENNIAL**

## **ABSTRACT**

The consumer's purchase behavior, in this study, is analyzed by the Theory of Planned Behavior model, in which there are three fundamental pillars in order to predict behavior (*attitude, subjective norms, and perceived behavior control*), adapted from previous investigation from other countries, especially India. The present study is applied in young people living in Quito Metropolitan District who are part of millennial generation, who are considered as a green generation because of their concern about the environment (Chaudhary & Bisai, 2018). This investigation shows relevant results for green products market, being the main factor for purchase the environmental concern that millennials have, affecting their purchase intention and behavior through attitude, subjective norms and perceived behavior control. In this way, it is possible to generate value through product sustainability perception. In addition, there are established dimensions and variables which explains the millennials behavior based on the Theory of planned behavior. To obtain the information, the design of a survey is considered, containing the fundamental variables of said theory.

### **KEYWORDS:**

- **THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**
- **GREEN PRODUCTS**
- **ENVIRONMENTAL CONCERN**
- **GREEN PURCHASE INTENTION**
- **GREEN PURCHASE BEHAVIOR**
- **MILLENNIAL GENERATION**