

Resumen

El presente trabajo se busca identificar la presencia de un consumo responsable en el comportamiento de los clientes que adquieren ropa casual en los principales centros comerciales del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), con lo que se utilizó diferentes conceptos como los del comportamiento del consumidor, en el que se destacan aspectos como los tipos de compra que pueden tener los compradores o las diferentes motivaciones que los llevan a adquirir esos productos, como pueden ser internas o externas, lo cual desemboca en la acción de comprar, pero estas acciones de compra muchas veces suelen ser positivas o negativas, generando efectos secundarios al medio ambiente o a las personas de su entorno, cayendo en el concepto del comprador responsable o no responsable que es el objetivo con el cual se realizó la investigación.

Para identificar este tipo de comportamiento en los consumidores se realizó un proceso de investigación de carácter cuantitativo, mediante la utilización de un instrumento de investigación como es la encuesta, esto fue aplicado en la población urbana de la ciudad para identificar el panorama en el cual se está desarrollando el mercado y si los consumidores son responsables al momento de adquirir sus productos.

Palabras Clave: consumo responsable, comportamiento del consumidor, centros comerciales, Distrito Metropolitano de Quito

Abstract

The present work seeks to identify the presence of responsible consumption in the behavior of customers who buy casual clothing in the main shopping centers of the Metropolitan District of Quito (DMQ), which used different concepts such as consumer behavior, in which aspects such as the types of purchase that buyers can have or the different motivations that lead them to acquire these products, such as internal or external, are highlighted, which leads to the action of buying, but these purchase actions many Sometimes they are usually positive or negative, generating secondary effects to the environment or to the people around them, falling into the concept of the responsible or non-responsible buyer, which is the objective with which the investigation was carried out.

To identify this type of behavior in consumers, a quantitative research process was carried out, through the use of a research instrument such as the survey, this was applied to the urban population of the city to identify the panorama in which is developing the market and if consumers are responsible when purchasing their products.

Keywords: responsible consumption, consumer behavior, malls, Metropolitan District of Quito