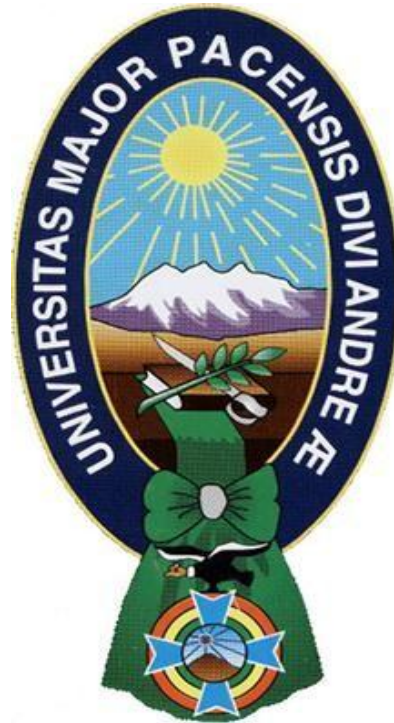


**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA COMPRA
DE LA ROPA USADA EN LA FERIA 16 DE JULIO”**

**ARTÍCULO CIENTÍFICO PARA OPTAR A LA LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCION: MARKETING**

PRESENTADO POR: ZEGARRA HUIZA GRECIA

BAJO LA TUTORÍA DEL: M.Sc. AMURRIO TORREZ VICTOR HUGO

**La Paz – Bolivia
2021**

“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA COMPRA DE LA ROPA USADA EN LA FERIA 16 DE JULIO”

**Supera las expectativas
de los consumidores.
Dales lo que quieren y un poco más”
(Sam Walton)**



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA COMPRA DE LA ROPA USADA EN LA FERIA 16 DE JULIO

CONSUMER BEHAVIOR IN THE PURCHASE OF CLOTHES USED IN THE JULY 16 FAIR

Zegarra Huiza Grecia

Universidad Mayor de San Andrés

Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

Administración de Empresas

E-Mail: greyczah@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tiene el objeto de conocer: el comportamiento del consumidor en la compra de la ropa usada de en la feria 16 de Julio de la Ciudad de El Alto, se realizó una investigación de tipo descriptivo, aplicando una encuesta a una muestra de 384 personas que realizan su compra en la feria 16 de Julio, los datos recolectados fueron ingresados y posterior análisis, se realizó basándose en las variables del proceso de decisión de compra.

Este estudio identifica que existe una tendencia de compra de ropa usada, el cual los de la Ciudad de La Paz son los que más adquieren este tipo de prenda, vienen a la feria 16 de Julio para la compra de ropa usada (ropa americana), ya que existe una clasificación de prenda (usada, a medio uso y casi nuevo) ellos adquieren este tipo de prenda por el tema de la calidad que se ofrece, los precios varían según al estado de la prenda, ya que se puede encontrar ejemplo zapatos deportivos casi nuevos a un precio entre 200 a 400 Bs, que son de una muy buena marca y excelente calidad, el precio de esta prenda nueva en las tiendas lo encuentras en 800Bs, esta es una de las razones por las cuales acuden a esta feria.

Así también se verifica que los de la ciudad de El Alto compran este tipo de prenda por el tema del precio, ya que se puede encontrar ropas con buenos diseños desde 5Bs a 50 Bs. Así también buscan el tema de calidad pero a bajo costo. En conclusión se llega a ver que los consumidores de la ropa usada son variados, ya que eso depende a la ciudad en la que vienen, el tipo de gustos que tienen, así también el tema de la edad, ya que en ambas ciudades

tenemos culturas distintas, de esta manera se observa que si existe diferencia al momento de realizar una compra.

PALABRAS CLAVES: Comportamiento, Consumidor, Decisión de compra, Ropa usada.

ABSTRACT

The present investigation has the purpose of knowing: the behavior of the consumer in the purchase of the used clothes of in the fair July 16 of the City of El Alto, a descriptive investigation was carried out, applying a survey to a sample of 384 people who make their purchase at the fair July 16, the data collected was entered and subsequent analysis, was performed based on the variables of the purchase decision process.

This study identifies that there is a trend of buying used clothing, which those from the City of La Paz are the ones who acquire this type of garment the most, come to the 16th of July fair to buy used clothing (American clothing), Since there is a classification of garment (used, half-use and almost new) they acquire this type of garment due to the quality offered, prices vary according to the state of the garment, since you can find example shoes Almost new sports at a price between 200 to 400 Bs, which are of a very good brand and excellent quality, the price of this new garment in stores is found at 800Bs, this is one of the reasons why they come to this fair .

Thus it is also verified that those in the city of El Alto buy this type of garment for the price issue, since you can find clothes with good designs from 5Bs to 50 Bs. They also look for the quality issue but at a low cost. In conclusion, it can be seen that consumers of used clothing are varied, since that depends on the city they come from, the type of tastes they have, as well as the issue of age, since in both cities we have cultures different, in this way it is observed that if there is a difference when making a purchase.

KEY WORDS: Behavior, Consumer, Purchase decision, Used clothing.

INTRODUCCIÓN

➤ Estado de cuestión

Desde los inicios de la década de los 90 del siglo pasado, se comercializa la ropa usada en Bolivia, en los últimos años se ve que la comercialización de la ropa americana (ropa usada) creció en gran escala, también se ve que el mercado más grande de ropa usada se encuentra en la ciudad de El Alto en La Paz, del 100% de ropa de vestir que se venden en la feria; en tema de porcentajes un aproximado de 37,7% es prenda nueva y el 62,3% de la ropa es usada, esto nos indica que existe más ropa usada que nueva. (Callejas Burgoa & Vargas Navia, 2015, pág. 83)

Así también se pudo observar que en la feria 16 de Julio está compuesto de varias calles y avenidas; que comienzan desde la Riel o Avenida Panorámica y se extiende hasta la avenida Juan Pablo II. Asimismo, se compone de las calles Luis Torrez, Jorge Eulert, A. Montañó, Beltrán, Alfredo Pascue, Arturo Valle y calle Gutiérrez. En estas calles los vendedores ofrecen una gran variedad de prendas a medio uso y de toda marca, tales como zapatos, carteras, gorros, chamarras, juguetes, etc., así como todo tipo de herramientas usadas y nuevas que son traídas a nuestro país para su venta. Lo interesante es que sus precios en estos sectores son módicos.

Los vendedores de ropa usada de la Feria 16 de Julio toman en cuenta el cambio de temporada, ya que dependiendo del clima el tipo de prenda cambia, ya sea la de verano a la de invierno, se puede encontrar la venta de ropa impermeable para el tiempo de lluvia, o así también ropas delgadas para la época de primavera (llegan fardos con variedad de ropa de temporada).

Este sector también cuenta con más visitantes, ya que todas las personas pueden acceder a los bajos costos de las prendas, entre las que se pueden encontrar ofertas desde un boliviano en adelante.

Con la construcción del Teleférico, este sector ha sido favorecido, ya que la estación que une las Líneas Roja y Azul se encuentra ubicado en este sector de la Riel (Av. Panorámica), logrando que el visitante llegue primero a observar los productos a medio uso pasando por los autos para poder llegar a cualquier lugar de la feria.

La gente de la zona sur de La Paz, como Obrajés, Calacoto, Irpavi, entre otros, también suben a este sector a comprar ropa usada o “ropa americana” que visten con regularidad. (ELALTODIGITAL.COM, 2018)

De esta manera se quiere ver identificar como es el comportamiento del consumidor de esta ropa.

➤ **Identificación del problema no estudiado**

La problemática que se detecta es que al pasar del tiempo el comportamiento del comprador de dicha ropa va cambiando continuamente, ya que cada vez se va adaptando a distintas culturas que es relativamente cambiante, las necesidades van evolucionando.

➤ **Describir el vacío de información a justificar de la investigación**

En el marco de estas consideraciones, se realizara la presente investigación con el objeto de conocer el comportamiento del consumidor en la de ropa usada en la feria 16 de julio, comenzando por describir el perfil del consumidor, conocer la conducta del consumidor en la compra de ropa usada y por ultimo identificar las razones por las que compra este producto.

Schiffman (2002), define el comportamiento del consumidor como, el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que ellos esperan que satisfaga sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo.

Los consumidores toman muchas decisiones de compra al día y se lo ha denominado como el proceso de la decisión de compra; realizar una investigación sobre el tema responde a las preguntas ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Cuánto?, ¿Dónde? y ¿por qué? lo compran, estas preguntas que son utilizadas para el caso como variables de investigación.

➤ **Problema científico**

¿CUÁLES SON LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA LA COMPRAR DE ROPA USADA?

METODOLOGIA

El desarrollo de la presente investigación se apoyó principalmente en el método científico, el enfoque de la investigación es de tipo descriptivo, debido a que permite comprender fenómenos, tipos y patrones de conducta explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente y contexto (Hernández, R., C. Fernández, y P. Baptista, 2014).

La población está conformada por todas las personas que compran la ropa usada en la feria 16 de Julio de La Ciudad de La Paz- Bolivia.

El tipo de muestra seleccionada fue probabilística con población infinita debido a no conocer la cantidad exacta de personas que acuden a la feria a realizar sus compras, ya que varía en todo momento, tiempo y contexto, la estimación de la muestra fue con un intervalo de confianza del 95% y un error muestra de 5 %, al aplicar formula se determinó el tamaño, conformado por 384 personas.

El instrumento que se utiliza es la encuesta (anexo 1), aplicado a las personas que realizan sus compras y como criterio de personas que compran la ropa usada, la encuesta se aplicó durante el mes de septiembre de 2019 y la primera semana del mes de octubre los días jueves y domingo que son los días de feria, pero más se realizó los días domingos porque es el día donde hay más afluencia de personas.

Los datos recolectados de los cuestionarios fueron ingresados a una base de datos en EXCEL y posteriormente procesados con el mismo para realizar análisis mediante gráficos de frecuencia.

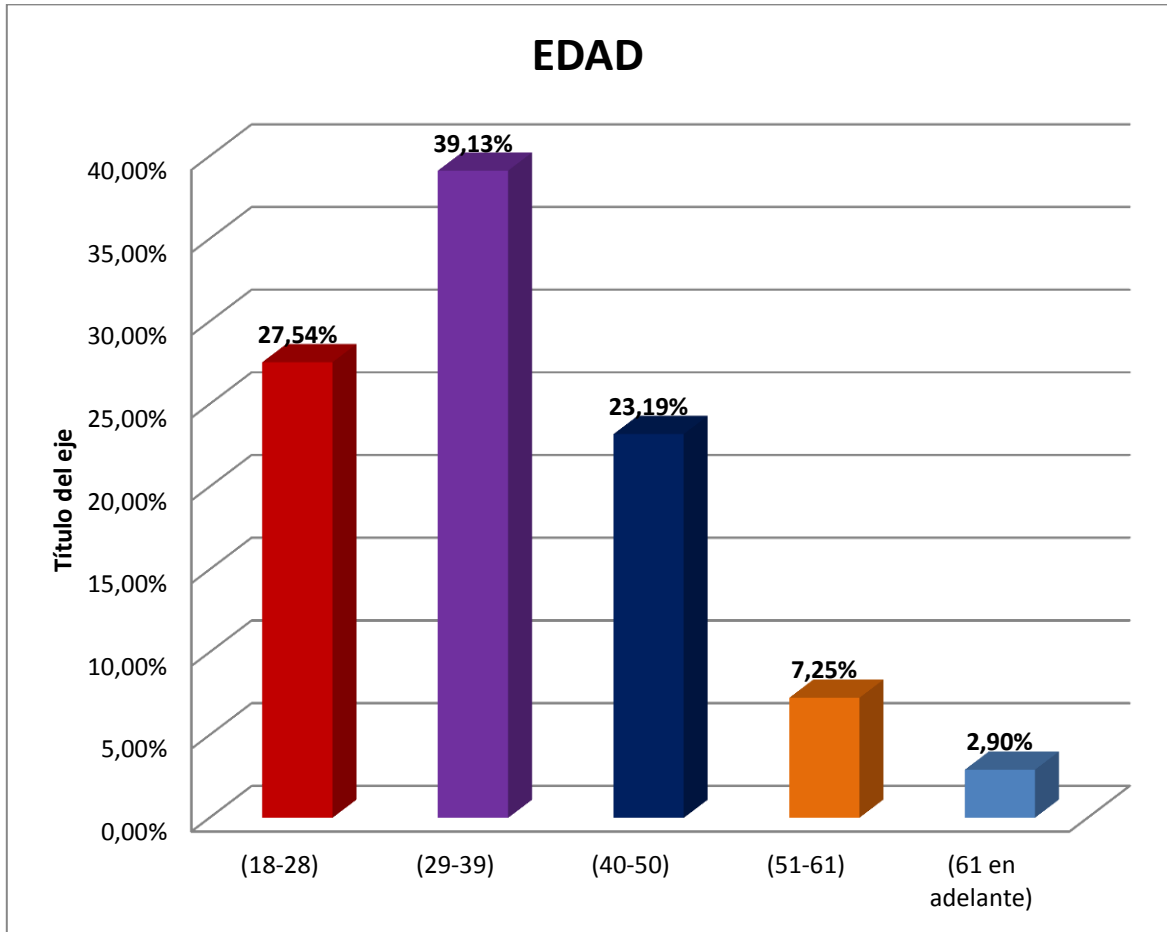
RESULTADOS

A. PERFIL DEL COMPRADOR DE ROPA USADA

Las decisiones del comprador son también influidas por características personales tales como la edad y etapa del ciclo de vida, ocupación, situación económica, estilo de vida, personalidad y auto concepto (Kotler & Armstrong, 2012)

Para este caso se describen características que son demográficas edad, sexo, ocupación, y se utilizaran los datos de nivel de ingreso y tamaño de la familia para relacionarlas con las variables de conducta.

Grafico 1.- Edad

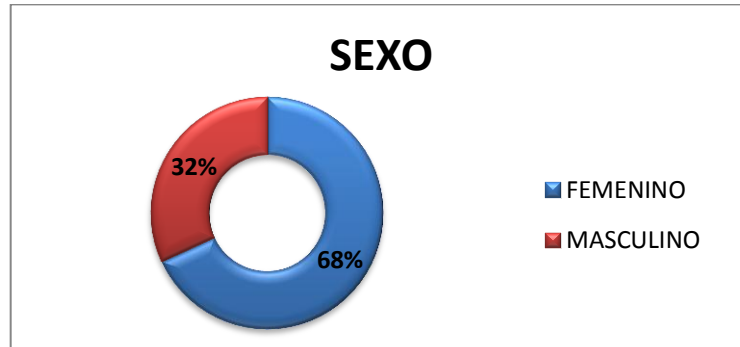


Fuente: Elaboración Propia

Tomando en cuenta los 384 compradores encuestados con relación a la edad, no hubo ningún dato perdido y se pudo evidenciar que la mayor proporción de las personas que realizan compras se encuentran en la edad de 29 Y 39 años con un 39,13%, seguido de las personas en edad joven que se calcula de los 18 a 28 años con un 27,54%; siendo estos dos grupos los más representativos que realizan las compras.

Las personas en edad madura (entre 40 y 50 años) representaron un 23,18%; resultando ser una porción significativa pero las que obtuvieron una proporción muy pequeña respecto al total fueron los menores de 39 años y las persona adultas obtuvieron un 7,25%; para las personas menores de 20 años se considera que atraviesan una etapa en la que su poder adquisitivo es bajo y las personas de la tercera edad parecen ser un segmento pequeño porque abarco solo un 2,9%.

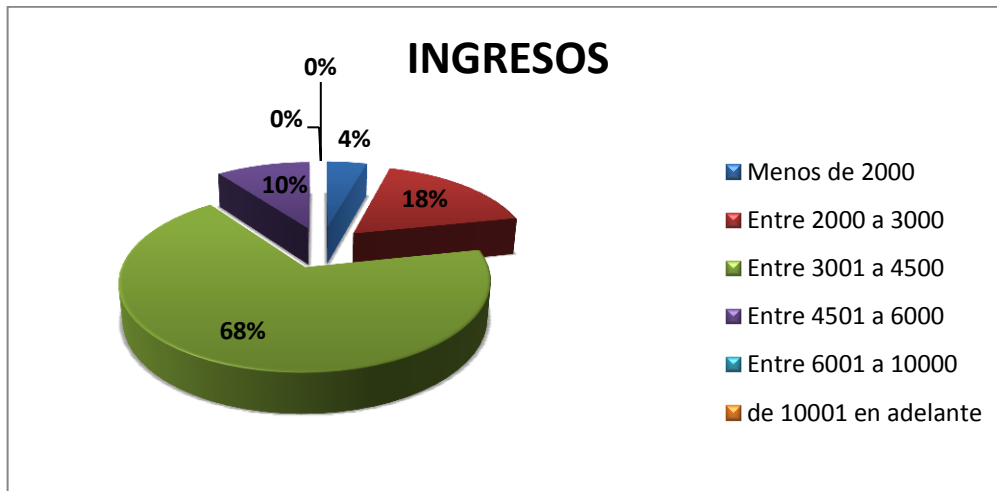
Grafico 2. - Sexo



Fuente: Elaboración Propia

Con relación al sexo de los encuestados que frecuentan el mercado para realizar las compras el sexo femenino con un 68% obtuvo la mayor proporción respecto al total, el sexo masculino obtuvo una participación menor con un 32% respecto a las mujeres, pero aun así no deja de ser una proporción considerable que realiza las compras.

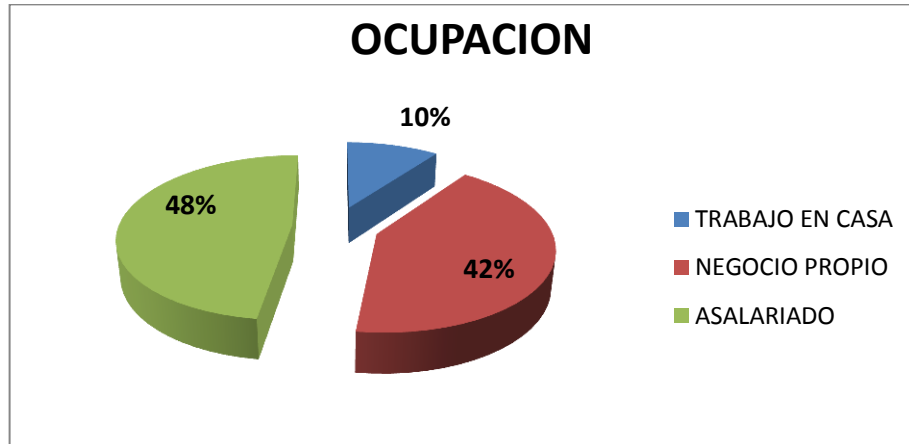
Grafico 3. – ingresos



Fuente: Elaboración Propia

Se ve que las personas que tienen un ingreso de 3001 a 45000 son las personas que asisten más a la feria, ya que tienen una proporción del 68%, de esta manera también se puede observar que el otro porcentaje significativo también son las personas que ganan el sueldo de 2000 a 3000 que tienen un 18%, un 10% de las personas que asisten a la feria ganan entre 4501 y 6000, de esta manera también se observa que un 4% son personas que tienen ingresos menores a 2000 y se puede evidenciar que estas personas son jóvenes que dependen de sus padres.

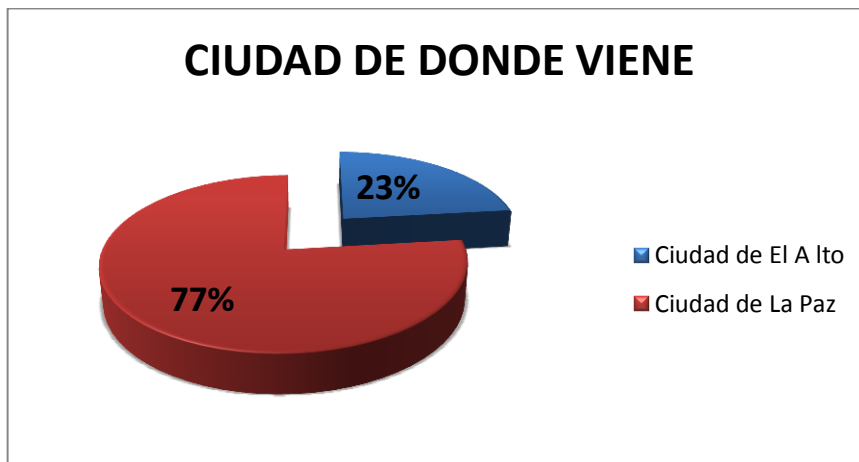
Grafico 4. – Ocupación



Fuente: Elaboración Propia

Las personas que trabajan en una institución de forma asalariada tienen mayor proporción respecto a ser compradores de ropa usada, con un 48 %, los otros dos grupos de personas que trabajan en casa y las que trabajan de manera independiente resultaron ser en conjunto la otra mitad frente al total, ambos obtuvieron una participación similar con un 42% y 10% respectivamente, sin dejar de ser las personas que trabajan de manera independiente el segmento más significativo y amplio de clientes.

Grafico 6. – Ciudad en la que vive



Fuente: Elaboración Propia

Las personas que acuden más a la feria son de la ciudad de La Paz; porque un 77% de los que fueron encuestados indicaron que participan de esta ciudad, y un porcentaje de menor

cantidad de 23% son personas que acuden a la feria son personas que viven en la Ciudad de El Alto, al sector de la ropa usada.

B. CONDUCTA DEL COMPRADOR

(Kotler & Armstrong, 2012), señalan que el comportamiento del consumidor se refiere a la conducta de compra de los consumidores finales, el proceso de compra inicia mucho más antes que la compra real y continúa un tiempo después de ella.

En esta parte se describe las respuestas que se obtuvieron de las variables del proceso de decisión de compra del consumidor ¿Qué?, ¿por qué?, ¿Cuándo?, ¿Cuánto? y ¿Cómo? compra

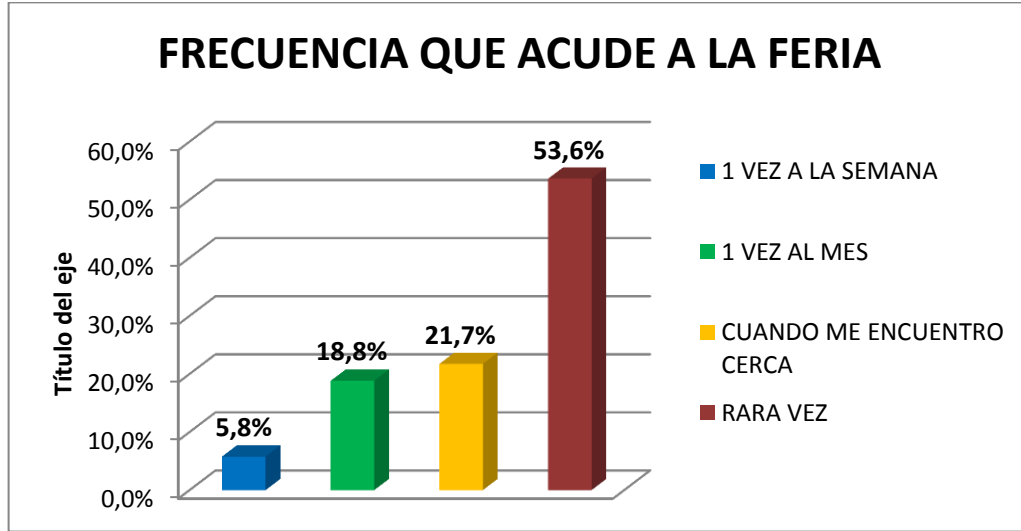
Grafico 6. –variable ¿Cuándo lo compra? Días que acude a la feria



Fuente: Elaboración Propia

Se observa que la mayor cantidad de personas acuden en mayor cantidad los fines de semana, ya que estos días la feria se repleta de personas, un 87% acuden con más frecuencia los días domingos para la compra de este producto y una cantidad pequeña 13% acude los días jueves, se dedujo que se debe a que las personas que han sido encuestadas trabajan los días lunes a sábado y de esta manera asisten más a la feria los días domingos.

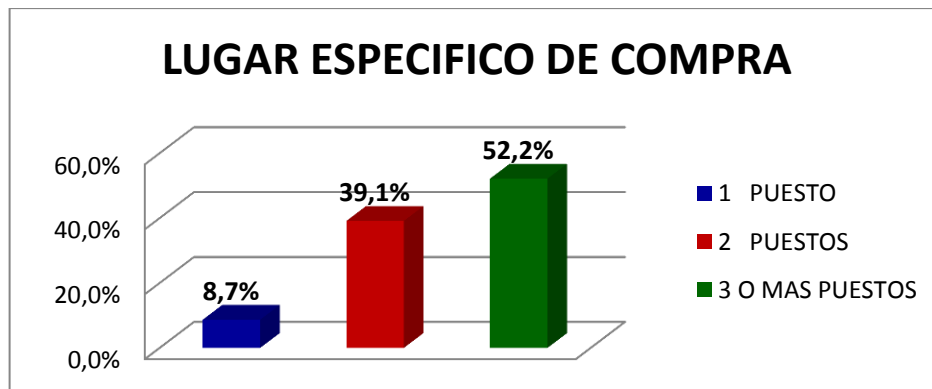
Grafico 7. –Variable ¿Cuántas veces compra? Frecuencia que acude a la feria



Fuente: Elaboración Propia

Las personas que compra dichos productos indicaron que un 53,6% acuden rara vez a esta feria para la compra de estos productos, un 21,7% va a este sitio de la feria cuando está cerca, también existe personas que si o si van cada mes en compra de este producto con un 18,8% y un porcentaje no tan significativo 5,8% acude a la feria una vez a la semana esto se debe a que la variedad de productos cambia cada feria.

Grafico 8. – Variable ¿Cómo lo compra? - Lugar fijo de compra

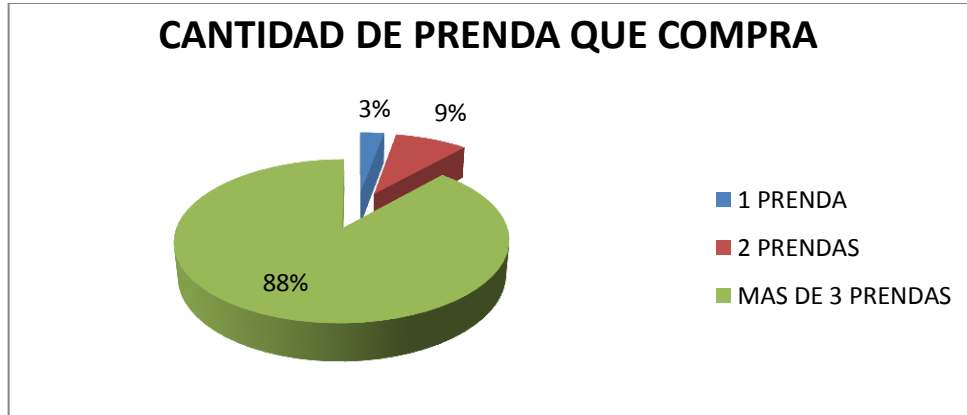


Fuente: Elaboración Propia

La mayor proporción que representa el 52,2% afirma que compra en más de 3 puestos, es decir ningún lugar fijo de compra y realiza tal compra por conveniencia y simple elección de acuerdo al momento, seguido de un 39,1% que afirmo tener solo 2 caseritos que esto

demuestran que solo acuden a determinadas tiendas que traen productos de marca, y en menor proporción con un 8,7 % tiene una sola caserita.

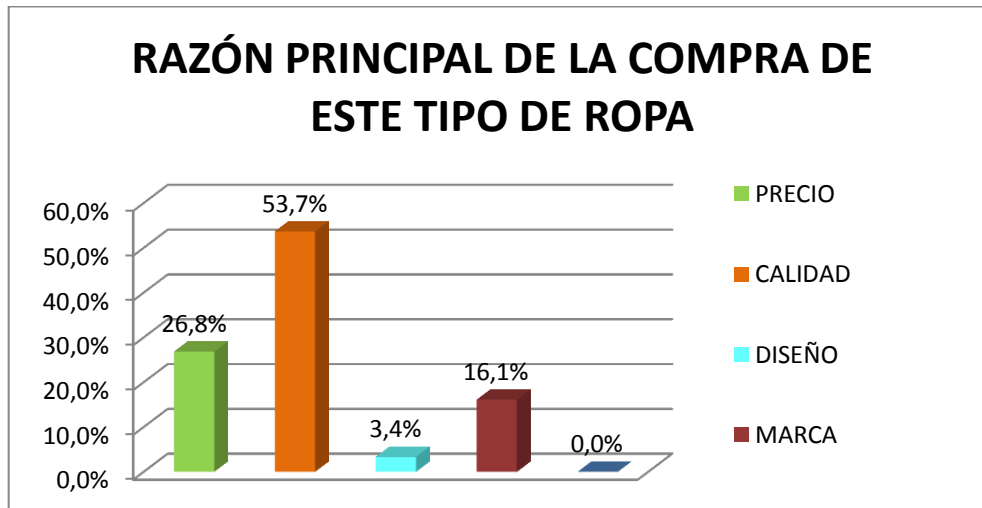
Grafico 9. – Variable ¿Cuánto compra?



Fuente: Elaboración Propia

Se demostró que un 88% compra más de una prenda en esta feria, ya que así también puedes encontrar variedad de ropa, desde ropa de niño (pijamas, vestidos, buzos, etc.) hasta ropa de temporada (polos, vestidos, faldas, zapatos, abrigos, etc.) y un 9 % que solo compra dos prendas y un 3% que solo va por una prenda.

Grafico 10. – Variable ¿Por qué lo compra?

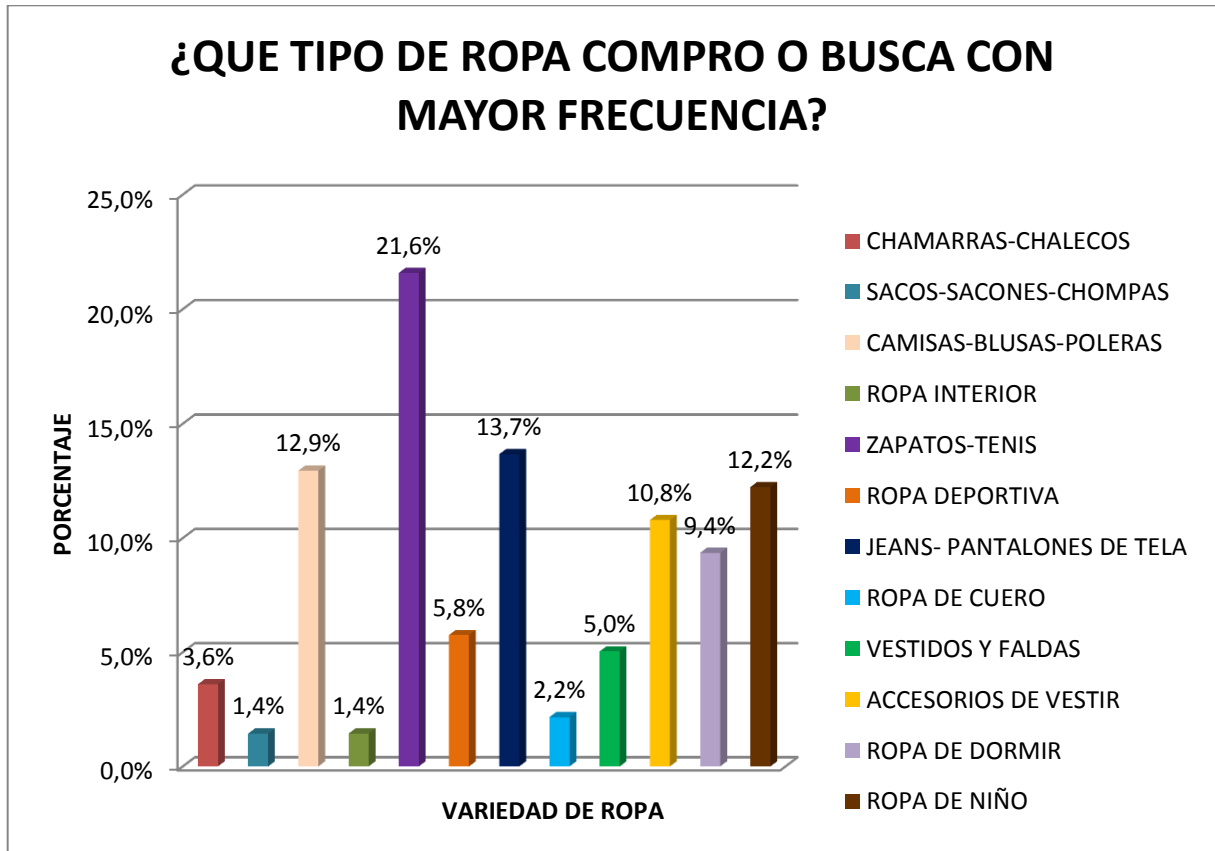


Fuente: Elaboración Propia

La calidad resulto ser el motivo principal por el cual la gente compra esta ropa, con un 53,7% representando la mayor parte, el 26,8 % compra por el precio, que se traduce en las

ropas nuevas tiene un valor más alto aun siendo así de marca, respecto a la marca representa un 16,1% que indican que van por la marca de ropa, y así un número reducido con un 3,4% va por el diseño de las prendas que encuentra.

Grafico 11. – ¿Que compran? - ropas que se compran con mayor frecuencia



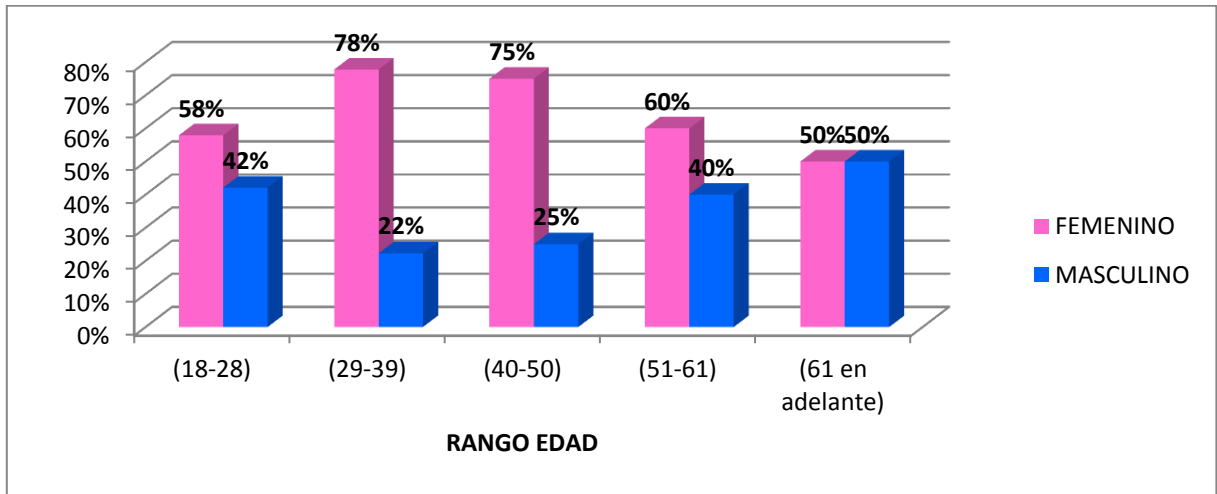
Fuente: Elaboración Propia

Las ropas compradas con mayor frecuencia son: los zapatos – tenis con 21,6% de las compras, seguida por los jeans-pantalones 13,7%, continua camisas-blusas-poleras con un 12,9%, y solo por una pequeña diferencia con 12,2% compran ropa de niño, estos 4 tipos de prendas representa al tipo de prendas adquieren los compradores, también se puede incluir los accesorios de vestir con un 10,8%. Ropa de dormir representa un 9,4% del tipo de ropa que adquieren.

Los compradores indican la importancia y la calidad que se encuentra en el tipo de prenda que adquieren, y por esa razón son adquiridos este tipo de prendas con mayor habitualidad, entre las (chamarras-chalecos, sacos-sacones-chompas. Ropa interior, ropa deportiva, ropa de cuero y vestidos o faldas) son los que se adquieren de menor cantidad.

C. CRUCE DE VARIABLES

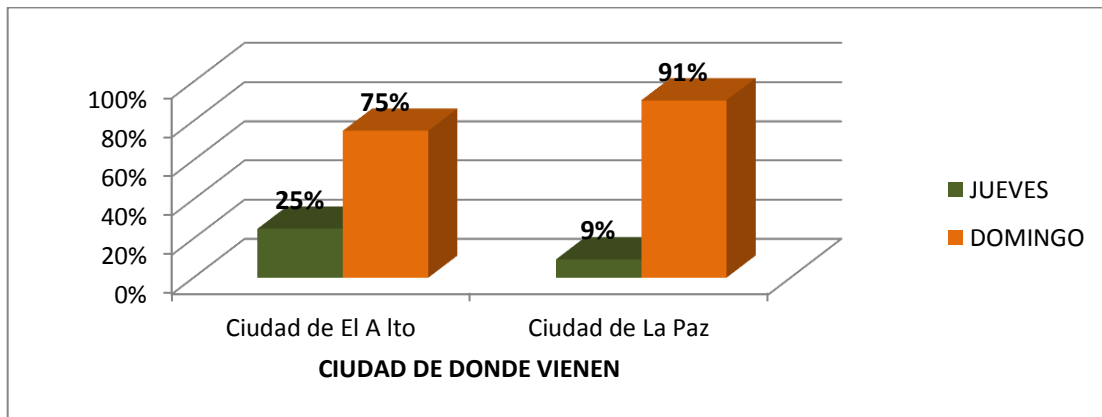
Grafico 12.- Edad en relación sexo de las personas que acuden a realizar la compra



Fuente: Elaboración Propia

Se observa que las personas que realizan este tipo de compra son las mujeres, ya que en todas las edades más del 50% de las compras las realizan las mujeres, esto nos indican que el existe mayor cantidad de ropa para mujeres, además no eso, también influye que las mujeres son las que compran (ropa de los hijos y del esposo) por esta razón se ve la gran concurrencia de mujeres en esta feria.

Grafico 13.- Días de feria y ciudad del cual concurren

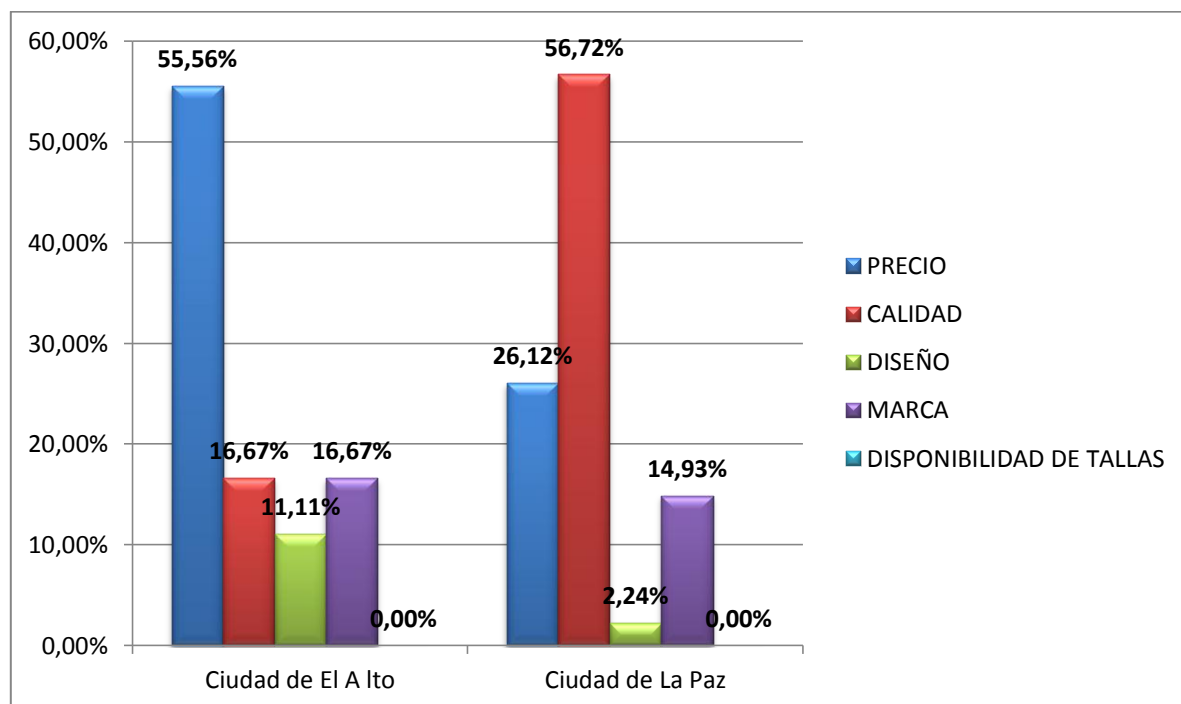


Fuente: Elaboración Propia

Se observa que tanto los días jueves y los días domingos las personas que más asisten a la feria son los de la ciudad de La Paz siendo así que del 100% de los encuestados indicaron que asisten más los días domingos, pero aun así los días jueves del 100% de los asistentes

a la feria y el 75% son de la ciudad de La Paz y un 25% son de la ciudad de El Alto, de esta manera también los días domingos en un 91% son de la ciudad de La Paz y 9% de la ciudad de El Alto, dándonos una conclusión de los que van a esta feria en busca este tipo de prenda son los de la ciudad de La Paz.

Grafico 14.- Que es lo que busca en la prenda en relación a la ciudad

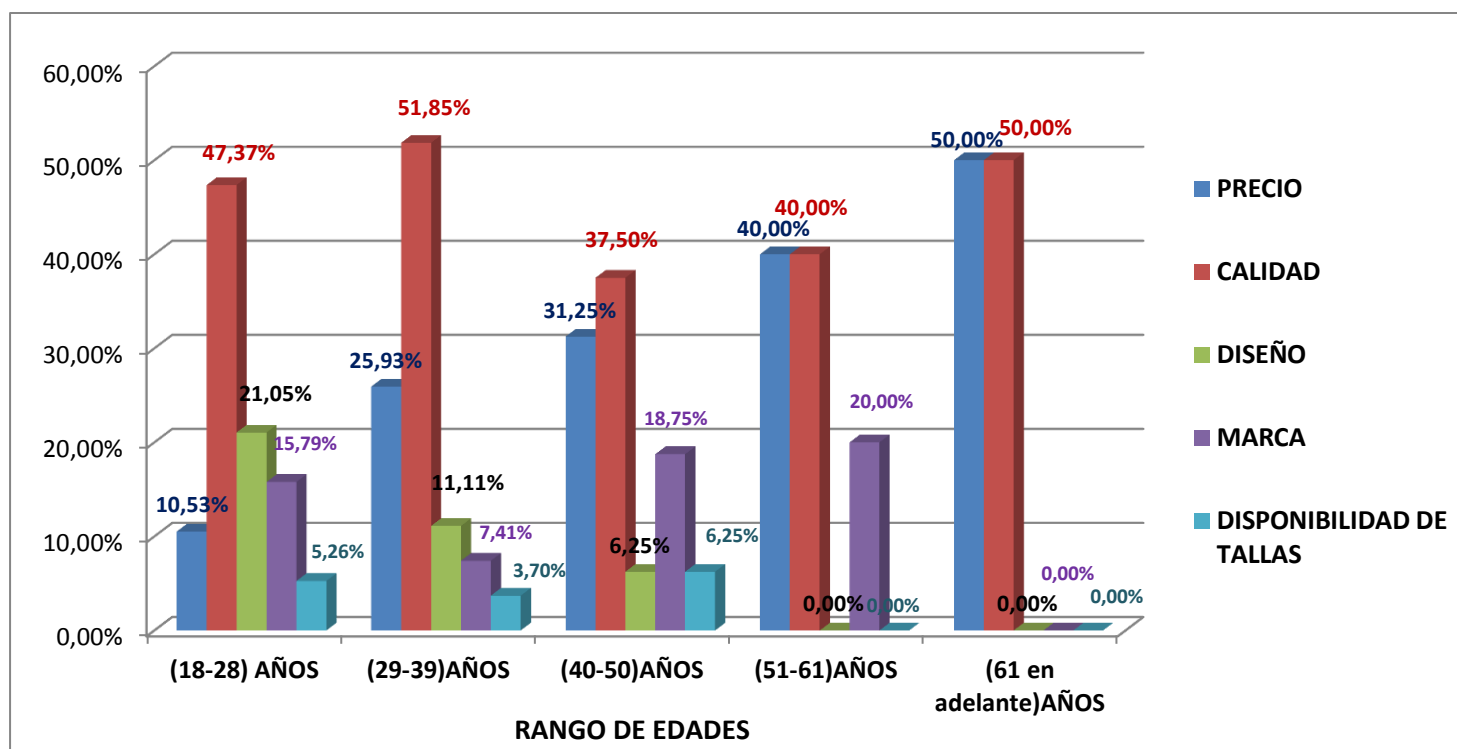


Fuente: Elaboración Propia

Se observa que del 100% de los compradores de la prenda usada que vive en la ciudad de El Alto; un 55,56% de las personas compran este tipo de prenda por el precio que se oferta, ya que existe así productos en distintos estados, así también el 16,67% de las personas compran por la calidad y otro 16,67% compra este producto por la marca, el diseño es esencial para los compradores Alteños porque se observó así mismo que buscan diseños modernos y según la estación climática.

Se observa que del 100% de los compradores de la prenda usada que vive en la ciudad de La Paz un 56,72% compra este tipo de prenda por la calidad del producto, y el 26,12% por el precio, también la marca es algo muy esencial de lo que buscan los compradores de este tipo de prenda, ya que nos demuestra que un 14,93% busca la marca de la prenda y un porcentaje no tan significativo que es el 2,24% busca el diseño de las prendas.

Grafico 15.- Que es lo que busca en la prenda en relación a la edad



Fuente: Elaboración Propia

Se observa que en las personas que tienen el rango de edad entre los 18 a 28 años lo que buscan en una prenda es la calidad del producto con un 47,37%, un 21,05% busca por el diseño de la prenda y así un 15,79% por la marca que se oferta. Se observa que en las personas que tienen el rango de edad entre los 29 a 39 años del 100% de los encuestados lo que buscan en una prenda es la calidad del producto con un 51,85%, un 25,93% busca el precio de la prenda, ya que esto se debe a que tienen que comprar para sus hijos; más de esta manera se fijan así también en el precio, un 11,11% se fija en el diseño de las prendas.

Observamos que en las personas que tienen el rango de edad entre los 40 a 50 años del 100% de los encuestados un 37,50% busca la calidad de las prendas; siendo así más cercano con un 31,25% busca el precio, esto nos indica que personas que son maduras buscan la calidad de las prendas, no dejando atrás la marca un 18,75% busca en sus prendas más la marca se observó que los varones son los que se fijan mucho más en la marca.

En las personas ya adulta que tienen el rango de edad entre 51 a 61 años ellos buscan la calidad y el precio en un 40% ambos y un 20% se fija en la marca.

En las personas que son de tercera edad lo que buscan en una prenda es igual el precio y la calidad en un 50% ambos.

DISCUSIÓN

La demanda del mercado y las necesidades del consumidor deben ser el insumo para planear y pensar en las características de los productos ofrecidos o en lo que se puede mejorar. Respecto al perfil del consumidor las mujeres son las que más realizan la compra de estos productos, esto se debe a que ellas velan por sus hijos, siendo así que el 68% son mujeres las que van a esta feria y compran este tipo de productos.

De acuerdo a la clasificación por edad, las personas de edad joven al igual que las personas adultas; lo que buscan en una prenda es la calidad de la prenda, siendo así un factor que predomina en el consumidor, así también se observa que el precio es un factor que en todas las edades siempre predomina, ya que en los jóvenes que tenían ingresos menor a 2000 Bs era o porque aún seguían viviendo con sus padres, pero igual realizaban la compra de estos productos.

Estos productos son comercializados tanto los días jueves y domingo pero las personas acuden más a la feria los días domingos, ya que este día existe amplia variedad de ropa, nuevos modelos y así también mayor cantidad de puestos abiertos.

Los tipos de prendas compradas con mayor frecuencia son: los zapatos – tenis con 21,6% de las compras, seguida por los jeans-pantalones 13,7%, continua camisas - blusas - poleras con un 12,9%, y solo por una pequeña diferencia con 12,2% compran ropa de niño, estos 4 tipos de prendas representa al tipo de prendas adquieren los compradores, también se puede incluir los accesorios de vestir con un 10,8%. Ropa de dormir representa un 9,4% del tipo de ropa que adquieren. Esto se debe a que estos productos que son más adquiridos los puedes encontrar en sus tres variedades (usada, a medio uso y casi nuevo) de esta manera por esta razón es por la que compra más este producto Respecto al motivo de compra de este tipo de prenda, el consumidor lo que busca con mayor frecuencia es que la prenda sea de calidad, seguido del precio, pero no solo eso sino que varía de acuerdo a la ciudad en la que vive, los de la ciudad de El Alto lo primero que buscan en una prenda es el precio, en cambio los compradores de la ciudad de La Paz lo primero en lo que se fijan es en la calidad del producto que se le ofrece.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se puede concluir que existe una fuerte tendencia por la compra de este producto por parte de los de la Ciudad de La Paz, esto se debe a que ellos siempre buscan la calidad en la prenda que se quieren vestir.

De esta manera también se observa que el comportamiento depende de la edad, ya que los jóvenes que tienen la edad entre los 18 a 28 de ambas ciudades lo que busca en su prenda es la marca, diseño, precio no solo la calidad, de esta manera se identifica que el mercado de la ropa usada es gigantesca.

Con la construcción del Teleférico, se favoreció al sector ya que la estación que une las Líneas Roja y Azul se encuentran ubicado en este sector de la Riel (Av. Panorámica), logrando que el visitante llegue primero a observar los productos a medio uso y de esta manera adquirir este tipo de prenda

Se identifica así también que el factor que influye en la compra de este producto es la calidad y precio de las prendas, las prendas que más adquieren son los calzados y zapatos deportivos, así mismo siguiéndole las camisas y los pantalones que son de uso cotidiano, se llega a la conclusión que los productos de industria nacional no le brinda la misma durabilidad y satisfacción que brinda las ropas americanas (ropas usadas) ya que este fue uno de los factores que influye en la decisión de compra.

Este tipo de prendas no solo está destinado a personas con escasos recursos, ya que se observó que en esta feria existe variedad de precio (3 Bs a 500 Bs) y calidad (marcas reconocidas) en las prendas, de esta manera por eso existe variedad de consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- ELALTODIGITAL.COM*. (17 de Diciembre de 2018). Obtenido de ps://www.elaltodigital.com/economia/sector-ropa-usada-la-feria-16-julio/
- Association., A. M. (Julio de 2013). www.ama.org. Obtenido de ww.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of.marketing.aspx
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Thompson.
- Callejas Burgoa, E., & Vargas Navia, J. (2015). *marketing de los mercados informales en bolivia*. La Paz.
- Kotler, P. (2008). *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, p., & Keller, K. (2012). *Direccion de marketing* . Mexico.
- Ojeda Garcia, C., & Mármol Sanclair, P. (s.f.).
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Prentice Hall.
- Stanton , W., Etzel M, M., & Walker, B. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: McGRaw - Hill Interamericana.

ANEXOS

ANEXO 1

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

CONSIDERANDO EL UNIVERSO INFINITO

FORMULA DE CÁLCULO

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$



Dónde:

Z = Nivel de confianza (correspondiente con la tabla de valores de Z)

P = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1 – p

Nota: Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

e = Error de estimación máximo aceptado

n = Tamaño de la muestra

INGRESO DE DATOS

VARIABLE	ASIGNACION
Z	1,96
p	50%
q	50%
e	5%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2}$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

n = 384.16

ANEXO 2

Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras
Carrera de Administración de Empresas Guía de Observación

OBJETIVO: Identificar los factores de comportamiento de compra en los consumidores (hombres y mujeres mayores de 18 años de ingresos medios altos) de ropa usada comercializada en la feria 16 de julio de El Alto.

CALLE: INICIO: : FINAL:
..... : FECHA: / /

EDAD	(18-28 años)	<input type="checkbox"/>	SEXO	F	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>
	(29-59 años)	<input type="checkbox"/>					
	(60 años o más)	<input type="checkbox"/>					
INGRESOS	Menos de 2000	<input type="checkbox"/>	OCUPACION	Trabajo en casa	<input type="checkbox"/>		
	Entre 2000 a 3000	<input type="checkbox"/>		Negocio propio	<input type="checkbox"/>		
	Entre 3001 a 4500	<input type="checkbox"/>		Asalariado	<input type="checkbox"/>		
	Entre 4501 a 6000	<input type="checkbox"/>					
	Entre 6001 a 10000	<input type="checkbox"/>					
	de 10001 en adelante	<input type="checkbox"/>					
CIUDAD DE DONDE VIENE	Ciudad de El Alto	<input type="checkbox"/>	CUAL DE ESTOS DOS DIAS ASISTE A LA FERIA	Jueves	<input type="checkbox"/>		
	Ciudad de La Paz	<input type="checkbox"/>		Domingo	<input type="checkbox"/>		

1. **¿CON QUE FRECUENCIA ACUDE AL MERCADO PARA COMPRAR ESTE TIPO DE ROPA?**

a)	1 vez a la semana	<input type="checkbox"/>
b)	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>
c)	cuando me encuentro cerca	<input type="checkbox"/>
d)	Rara vez	<input type="checkbox"/>

2. **¿USTED TIENE UN LUGAR ESPECIFICO DE COMPRA (UN PUESTO VENTA?)**

- a) 1 Puesto
- b) 2 puestos
- c) 3 o más puestos

3. **¿QUE CANTIDAD DE PRENDA COMPRA?**

- a) 1 Prenda
- b) 2 Prendas
- c) Más de 3 Prendas

4. **¿CUÁL ES LA RAZÓN PRINCIPAL DE LA COMPRA DE ESTE TIPO DE ROPA?**

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Diseño
- d) Marca
- e) Disponibilidad de tallas

5. **¿QUE TIPO DE ROPA COMPRO O BUSCA CON MAYOR FRECUENCIA?**

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| a) Chamarras-Chalecos | <input type="checkbox"/> | g) Jeans- Pantalones de tela | <input type="checkbox"/> |
| b) Sacos-Sacones-Chompas | <input type="checkbox"/> | h) Ropa de cuero | <input type="checkbox"/> |
| c) Camisas-Blusas-Poleras | <input type="checkbox"/> | i) Vestidos y faldas | <input type="checkbox"/> |
| d) Ropa interior | <input type="checkbox"/> | j) Accesorios de vestir | <input type="checkbox"/> |
| e) Zapatos-Tenis | <input type="checkbox"/> | k) Ropa de dormir | <input type="checkbox"/> |
| f) Ropa deportiva | <input type="checkbox"/> | l) Ropa de niño | <input type="checkbox"/> |

INDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÒN	5
METODOLOGIA.....	7
RESULTADOS	7
A. PERFIL DEL COMPRADOR DE ROPA USADA	7
B. CONDUCTA DEL COMPRADOR	11
C. CRUCE DE VARIABLES	15
DISCUSIÒN	18
CONCLUSIONES	19
BIBLIOGRAFÍA	20