

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA
ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN COMPRAS DE ROPA CASUAL PARA
JÓVENES DE 13 A 21 AÑOS EN EL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO SHOPPING EN LA CIUDAD
DE QUITO DM, DE ENERO – JUNIO DEL 2013
VERÓNICA ALEJANDRA MORA ALTAMIRANO

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis realiza el análisis del comportamiento del consumidor en compras de ropa casual para jóvenes en el rango de edad comprendido entre los 13 a 21 años, que constituye un mercado muy poco estudiado, a pesar de lo rentable que resulta ser el mencionado segmento con información tanto a nivel primario como secundario. En el primer capítulo se plantea la problemática, y se establecen los objetivos: general y específicos, así como también las hipótesis respectivas. El segundo capítulo se refiere al marco teórico en donde describe las teorías del comportamiento del consumidor, los factores internos y externos y casos relacionados que respaldan la investigación. En el tercer capítulo se expone el cálculo de la muestra, el plan que se utilizó para la recopilación de los datos y la planificación de cómo se procesó la información. El cuarto capítulo se refiere a la ejecución del análisis descriptivo de datos por categorías y variables; al análisis de hipótesis mediante pruebas estadísticas y el informe de resultados. El quinto y último capítulo indica las conclusiones a las que se llegaron con el estudio; esto es la mayoría que concurren al Centro Comercial son jóvenes colegiales y seguidores de tendencias, consideran especialmente los factores de precio, calidad y marca; por lo que se recomienda enfatizar en percepciones y motivaciones hacia la adquisición.

Palabras clave:

- Comportamiento del consumidor
- Ropa casual
- Centro Comercial El Condado
- Mercado juvenil

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA
ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN COMPRAS DE ROPA CASUAL PARA
JÓVENES DE 13 A 21 AÑOS EN EL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO SHOPPING EN LA CIUDAD
DE QUITO DM, DE ENERO – JUNIO DEL 2013
VERÓNICA ALEJANDRA MORA ALTAMIRANO

ABSTRACT

This thesis makes the analysis of consumer behavior in purchasing casual apparel for young people in the age range between 13 to 21 years, a market that is little studied, despite how profitable it turns out to be the above mentioned segment information at both primary and secondary level. In the first chapter the problem arises, and objectives: general and specific, as well as the respective hypothesis. The second chapter deals with the theoretical framework describing the theories of consumer behavior, the internal and external factors and related cases that support research. In the third chapter the calculation of the sample is exposed, the plan that was used for data collection and planning how information is processed. The fourth chapter deals with the implementation of the descriptive analysis of categorical data and variables, the scenario analysis using statistical tests and report results. The fifth and final chapter discusses the conclusions that were reached in the study, that is the majority who attend the Mall are young schoolboys and trend followers, specially considering the factors of price, quality and brand, so it is recommended perceptions and motivations to emphasize toward the acquisition.

Key Words:

- Consumer behavior
- Casual clothes
- Shopping center El Condado
- Analysis
- Youth market