

Resumen

El presente estudio ha tenido como objetivo analizar el comportamiento de compra de ropa casual de los estudiantes de las Universidades de categoría de tipo A y B del Distrito Metropolitano de Quito y Sangolquí, que permita generar una gestión de mercado eficiente en la industria manufacturera textil Nacional. Para lo cual se llevó a cabo un análisis de los factores más relevantes en el comportamiento de compra de los encuestados conociéndose así los gustos, preferencias y tendencia que son un aporte muy importante para que la industria textil nacional pueda satisfacer todas las exigencias de los estudiantes en cuanto a vestimenta de tipo casual. La metodología para el desarrollo de la investigación que se manejó fue un enfoque mixto donde se combina el método inductivo y deductivo ya que se buscó analizar datos tanto cualitativos y cuantitativos. La herramienta para la recolección de información primaria que se utilizó fue una encuesta que se aplicó a una muestra de 518 estudiantes de las universidades categoría A y B del Distrito Metropolitano de Quito y Sangolquí, posteriormente se procesó la información mediante el uso del software estadístico SPSS, donde los resultados obtenidos fue que los encuestados varían su comportamiento de compra de ropa casual de acuerdo a variables demográficas, psicográficas y conductuales como la edad, el género, su nivel de ingresos, su estilo de vida, frecuencia de compra, grupos de referencia, entre otras. Finalmente se realizó una propuesta para que las empresas del sector textil puedan desarrollar una gestión de mercado que cumpla con las expectativas de los clientes generando mayor rédito para las mismas.

PALABRAS CLAVE

- **COMPORTAMIENTO DE COMPRA**
- **TENDENCIA DE MERCADO**
- **ROPA CASUAL**

Abstract

The objective of this study was to analyze the behavior of purchases of casual clothes of the students of the category A and B Universities of the Distrito Metropolitano de Quito and Sangolquí, to generate efficient market management in the national textile manufacturing industry. An analysis of the most relevant factors in the purchasing behavior of the respondents was carry out, thus knowing the tastes, preferences and trends that are a very important contribution so that the national textile industry can satisfy all the demands of the students as for casual type clothing. The methodology for the development of the research that was handle was a mixed approach where the inductive and deductive method has been combine since it was seek to analyze both qualitative and quantitative data. The primary data collection tool that has used is a survey that was apply to a sample of 518 students from the A and B universities of the Distrito Metropolitano de Quito and Sangolquí. Subsequently the information has been processed using the SPSS statistical software, where the results obtained were that the respondents vary their behavior of buying casual clothes according to demographic, psychographic and behavioral variables such as age, gender, income level, lifestyle, frequency of purchase, reference groups, among other. Finally, a proposal was make so that the companies of the textile sector can develop a market management that fulfills the expectations of the customers, generating a greater profit for them.

KEYWORDS

- **SHOPPING BEHAVIOR**
- **MARKET TREND**
- **CASUAL CLOTHES**