



Universidad Andina del Cusco  
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y  
Contables  
Escuela profesional de administración



---

COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES  
NACIONALES DE PRENDAS DE ALPACA EN LA ASOCIACIÓN DE  
ARTESANOS TRES ALPAQUITAS H&F, CUSCO 2017

---

**Tesis presentada por:**

Br. Mónica Alejandra Zárate  
Torre

Para optar el título profesional de  
Licenciada en Administración

**Asesor:** Mg. Ebert Loaiza Rojas

Cusco – Perú – 2017



**Título :** COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES NACIONALES DE PRENDAS DE ALPACA EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS TRES ALPAQUITAS H&F, CUSCO 2017.

**Autor :** - Mónica Alejandra Zárate Torre

**Fecha :** 2017

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo describir el comportamiento de compra del consumidor nacional y local de prendas de alpaca en la Asociación de Artesanos Tres Alpaquitas H&F, en la ciudad del Cusco, año 2017, de esta manera proporcionar información acertada sobre el comportamiento de compra del consumidor, brindándole a la asociación una visión clara sobre el panorama económico- social del mercado de nuestra ciudad. Posibilitando la recepción y retención de los Clientes, para sí mejorar las ventas de la Asociación. En este entender el contenido del presente estudio consta de cuatro capítulos.

El dar a conocer la problemática utilizando bases teóricas sobre el comportamiento de compra para dar información verídica. El tipo de investigación es básico, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo; la población de estudio estuvo conformada por 100 consumidores nacionales y locales, de los cuales se recopiló información a través de un cuestionario elaborado específicamente para este trabajo. Con los resultados de la investigación se obtuvo un valor comparativo de 46% el cual determinó que el comportamiento de compra del consumidor nacional es Indeciso, manifestando esta inseguridad en los cuatro dimensiones **factores culturales** es de 34% el cual muestra que el adquirir prendas de alpaca esta influenciados por los factores culturales de forma motivada, **factores sociales**, que el 36% de consumidores nacionales en prendas de alpaca se encuentran desmotivados, **factores personales** es de 34% de consumidores nacionales en prendas de alpaca se muestran indecisos, **y por último en cuanto a los factores psicológicos** el 56% se encuentra indeciso. Finalizando la investigación con las conclusiones y recomendaciones de esta investigación y así proporcionar información valiosa en cuento como es el comportamiento del consumidor.

**PALABRAS CLAVE:** Comportamiento de compra, factores culturales, factores, sociales factores personales y factores psicológicos.



## ABSTRACT

This research aims to describe the buying behavior of the national and local consumers of alpaca garments in the Association of Artisans Three Alpaqitas H & F, in the city of Cusco, in 2017, in this way to provide accurate information on the behavior of Purchase of the consumer, giving the association a clear vision about the economic and social panorama of the market of our city. Enabling the reception and retention of Customers, to improve the sales of the Association. In this understanding the content of this study consists of four chapters.

To make known the problematic using theoretical bases on the behavior of purchase to give veridical information. The type of research is basic, of quantitative approach, non-experimental design and descriptive scope; The study population consisted of 100 national and local consumers, of which information was collected through a questionnaire elaborated specifically for this work. With the results of the research, a comparative value of 46% was obtained which determined that the buying behavior of the national consumer is Indecisive, manifesting this insecurity in the four dimensions **cultural factors** is of 34% which shows that the acquisition of alpaca garments Are influenced by cultural factors motivated, **social factors**, that 36% of national consumers in alpaca garments are demotivated, **personal factors** is 34% of domestic consumers in alpaca garments are undecided, and finally To **psychological factors** 56% is undecided. Finishing the research with the conclusions and recommendations of this research and thus provide valuable information on how consumer behavior is.

**WORDS CAVES:** Buying behavior, cultural factors, factors, social, personal factors and psychological factors.