



ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LAS MUJERES EN TIENDAS DE ROPA LOCALES: UN ESTUDIO DE CASO

Mónica Teresa Espinosa Espíndola¹, Adolfo Maceda Méndez¹, Martha Angélica Ruiz González¹, Francisca Adriana Sánchez Meza¹ y Irene Juana Guillén Mondragón²

1 Universidad Tecnológica de la Mixteca, 2 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.
monitte2005@hotmail.com

Cuando las mujeres se dirigen a una tienda de ropa a realizar una compra, se ven influenciadas por diversos estímulos en el punto de venta, por lo tanto, su compra planeada inicialmente, se va modificando a partir de sus emociones. El objetivo de esta investigación fue analizar los elementos que influyen en la decisión de compra de las mujeres en las tiendas de ropa locales de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. La metodología utilizada fue mixta y fue una investigación exploratoria, descriptiva y transeccional, en la que se diseñó una encuesta que se aplicó a 134 mujeres clientes de las tiendas analizadas, considerando los elementos del modelo de Ramírez y Alférez (2014). Los resultados muestran que el 76.8% de las mujeres considera como determinante en su decisión de compra el arreglo de la tienda y las ofertas y promociones de ésta. El 53.7% de las mujeres sí planea qué prendas comprará cuando va a una tienda de ropa, sin embargo, el 66.4% admite que casi siempre adquiere prendas o accesorios que no había considerado de inicio. El 48.5% manifestó que le interesaría conocer más sobre los productos y accesorios que ofrece la tienda, el 63.4% señaló que su decisión de compra estuvo determinada por el servicio de la vendedora que le atendió. Se puede concluir que las tiendas de ropa locales deben cuidar las instalaciones de la tienda, la publicidad referente a ofertas y promociones tanto al interior como al exterior de la tienda y brindar una buena atención al cliente, de esta manera, a partir de los estímulos que reciba en el punto de venta, puede cambiar su compra planeada hacia lo que se conoce como una venta más emocional que implique la satisfacción de las necesidades del cliente y un mayor volumen de ventas.