



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

ANÁLISIS DE COMPRA ELECTRÓNICA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS
DURANTE EL AÑO 2016 - 2018

AUTORAS:

FERNÁNDEZ GUERRERO DAYANA DEL PILAR	1521220
SANTOS ALANIA MILCA AIDE	1521448

PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Lima, setiembre de 2018

INTRODUCCIÒN

Actualmente nuestro país se encuentra en constante crecimiento dentro del rubro tecnológico, pues con la aparición del internet y las redes sociales, resulta más fácil adquirir prendas de vestir, tecnología, entre otros y qué mejor acceder a descuentos, por la compra vía online desde la tranquilidad de su casa u oficina.

Para ello es necesario e importante que las empresas se mantengan actualizadas sobre el conocimiento de herramientas que les permita estudiar el comportamiento del consumidor frente a internet, de esta manera sabrá orientarse efectivamente a determinado nicho o segmento de mercado, pues ello le permite priorizar actividades para crear un adecuado canal de negocio con sus clientes.

En la investigación se confirma que, las mujeres en el Perú vienen desarrollándose eficientemente en el ámbito laboral y social, existe un 15% del total de puestos, que son ocupados por mujeres quienes se desempeñan como presidentas o gerentes generales. Son ellas quienes dedican mayor tiempo a comprar vía web.

Existe un incremento de compras vía online, pues, estas son realizadas por las mujeres limeñas quienes generan mayor tráfico en las plataformas virtuales.

La presente investigación tiene como objetivo analizar la compra electrónica de prendas de vestir para damas durante el año 2016 – 2018, conoceremos cuales son los factores que influyen en la decisión de compra, el perfil del cliente y sobre todo conocer la frecuencia de compra en esta plataforma virtual.

El presente trabajo se llevó a cabo gracias a una investigación exploratoria, donde se adquirió información de libros, tesis, inclusive la realización de entrevistas, encuestas a las damas de Lima Metropolitana que hacen uso de Internet.

A la vez, la investigación realizada servirá como base para emprender modelos de negocio vía online orientados a las mujeres limeñas, pues se cuenta con información relevante como el comportamiento de compra, preferencias y actitudes frente a las compras en línea. Es preciso indicar que se presentó ciertas limitaciones, es decir no se encontró antecedentes referente al uso y consumo por Internet en el Perú; así como, de estudios previos sobre el comportamiento de la mujer de Lima Metropolitana frente al comercio electrónico

El estudio consta de tres capítulos. El primero se presenta el planteamiento del problema, se expone la realidad problemática del tema a investigar, inclusive se formula el problema principal y problemas secundarios, así como los principales objetivos de la investigación, detallando la justificación, es decir los motivos que impulsan a las investigadoras a realizar dicha investigación.

En el segundo capítulo se describen los conceptos básicos sobre las variables y dimensiones que presenta la investigación. Por último, dentro del tercer capítulo se realiza el análisis cuantitativo de los resultados sobre la aplicación de entrevistas y encuestas que se desarrollaron para conocer cuáles son los hábitos que poseen las mujeres limeñas para poder acceder a la compra online.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio. Se detalla todos los resultados obtenidos y se analizan y cuantifican el incremento de compra que hay en el transcurso de dos años, seguidamente se hacen las recomendaciones respectivas referentes a este estudio.