

FORMATO DE ENTREGA DE TESIS O TRABAJO DE GRADO A BIBLIOTECA

1. AUTORÍA					
1.1 AUTORES (estudiantes / residentes)					
Apellidos	Bustamante Doria	Nombres	Ryan Ricardo		
Apellidos	Ramírez Nieto	Nombres	Johan Nicolás		
Apellidos		Nombres			
Apellidos		Nombres			
Apellidos		Nombres			
1.2 Asesores – Coordinadores – Directores					
Apellidos	Montenegro	Nombres	Yamile Andrea	Función	Directora
Apellidos		Nombres		Función	
Apellidos		Nombres		Función	
Apellidos		Nombres		Función	
Apellidos		Nombres		Función	
2. TITULO DEL TRABAJO					
Título y subtítulo en español					
Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor en la industria textil colombiana.					
Título y subtítulo en inglés					
Factors that influence the consumer's final purchase decision in the Colombian textile industry.					
3. PUBLICACION Y DESCRIPCION FISICA					
3.1 Información de publicación					
Ciudad	Bogotá	Año	2021	Facultad	Ciencias Económicas y Administrativas
Programa Académico		Negocios Internacionales			
Título profesional obtenido		Profesionales en Negocios Internacionales			

3.2 Descripción física

3.2.1. **Tipo de Soporte:** Monografía Impresa _____ Monografía Digital _____ Obra de Arte: _____ Artículo X
 Obra musical: _____ Obra audiovisual _____ Obra escénica: _____ Otra: _____ Especifique: _____

Para el caso de Monografía impresa o digital mencione si la misma contiene los siguientes datos:

Ilustraciones: (seleccione en frente con una "x" el tipo de ilustración contenida en el documento)

Ilustraciones en general		Tablas, gráficos, diagramas, etc.		Música impresa	
Mapas		Planos		Facsímiles	
Retratos		Laminas		Escudos	

Para el caso de Obras de Arte mencione los siguientes datos:

Tipo de obra: _____

Dimensiones: _____ Características y/o Condiciones Especiales: _____

Para el caso de otros describa físicamente el soporte:

4. NOTAS GENERALES

4.1 Notas.

Mención (en caso de recibir alguna calificación especial)

4.2. Resumen del trabajo en español:

Teniendo en cuenta, la importancia de la moda en el sector textil, la cual es altamente apreciada por los jóvenes en la actualidad, este artículo tiene como propósito articular los factores tanto internos como externos que respaldan el proceso final de compra, y discutir la relevancia del origen de la prenda, siendo esta nacional o extranjera, haciendo uso del modelo de cuatro dimensiones de Engel, Blackwell & Kollat.

Durante el desarrollo del presente artículo, se aplicó una investigación de carácter cuantitativo con un diseño descriptivo comparativo, a través de un cuestionario estructurado realizado a 150 jóvenes mayores de edad ubicados en la ciudad de Bogotá o sus alrededores.

Con relación a la información recolectada, se logró identificar mayoritariamente la participación de las marcas textiles extranjeras, donde factores como la calidad, el diseño y el marketing visual son decisivos para la compra del consumidor. Adicional a esto, se evidenció que los rasgos de edad se encuentran ligados a factores como la tendencia o la practicidad de la prenda.

Los principales hallazgos de la investigación precisaron algunos sesgos conceptuales, en cuanto a una percepción subjetiva por parte del consumidor, llevando a una desestimación de opiniones o criterios de otros consumidores, así como, una acotación poblacional y geográfica sobre el alcance del estudio.

4.2. Resumen del trabajo en inglés:

Taking into account the importance of fashion in the textile sector, which is being highly appreciated by young people nowadays, this article aims to articulate both internal and external factors that support the final purchase process, and discuss the importance of the origin the garment, has a foreign or national, making use of the four - dimensional model of Engel, Blackwell & Kollat.



During the development of this article, a quantitative research was carried out with a comparative descriptive design, through a structured questionnaire carried out on 150 young people of legal age located in the city of Bogotá.

Regarding the information collected, it was possible to identify mostly the participation of foreign textile brands, where factors such as quality, design and visual marketing are decisive for the consumer's purchase. In addition to this, it was evidenced that age traits are linked to factors such as the trend or the practicality of the garment.

The main findings of the research required conceptual biases, in terms of an objective perception by the consumer, leading to a rejection of opinions or criteria of other consumers, as well as, a population and geographical limitation on the scope of the study.

5. DESCRIPTORES (Palabras Clave)

5.1 Descriptores (palabras claves que representan el contenido del trabajo)

Tema principal Investigación de mercados

Otros temas Industria textil; Patrones de comportamiento; Decisión de compra; Globalización.
