

## **Comportamiento de compra de las mujeres poblanas en moda low cost**

### **1. Lucy del Carmen Varela Salmerón**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [lucydelcarmen.varela@upaep.edu.mx](mailto:lucydelcarmen.varela@upaep.edu.mx)**

### **2. Mtro. Cecilia Isabel Calderon Valencia**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [ceciliaisabel.calderon@upaep.mx](mailto:ceciliaisabel.calderon@upaep.mx)**

Esta investigación tiene por objetivo analizar el comportamiento que tienen las mujeres poblanas de nivel socioeconómico medio alto y alto al comprar prendas de ropa, específicamente moda *low cost* (bajo precio), se busca entender por qué este segmento prefiere comprar prendas *low cost* y no prendas de marca de diseñador. Para ello, se aplica un instrumento utilizando escala de Likert de 5 puntos, en donde se identifican seis constructos: motivación utilitaria, motivación hedónica, etnocentrismo, precio monetario percibido, precio no monetario percibido y búsqueda de información. Este análisis arroja información interesante para las empresas del sector de la moda *low cost* para la toma de mejores decisiones en las estrategias de la empresa al conocer la motivación, personalidad y percepción del segmento C+ y A/B.