

# Proceso de decisión de compra productos de lujo

Diana Katherine Giraldo López

Comportamiento Del Consumidor, Maestría En Gerencia Estratégica De Mercadeo,  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Asesor Temático:

Oscar Javier Robayo Pinzón Ms. C

Supervisor Metodológico:

Sandra Patricia Rojas Berrio Ms. C

## Resumen

- **Propósito** El objetivo de la presente investigación es explorar los factores que conforman el proceso de decisión de compra de productos de moda de lujo en Bogotá (Colombia), a través de la aplicación de entrevistas a profundidad.
- **Diseño / metodología / enfoque** , las variables de influencia evidenciadas en estudios previos (exhibición, estatus, características culturales, exclusividad, diseño, tendencia, autoimagen, percepción de marca, estilo de vida, bienestar, entre otras) fueron exploradas a través de 10 entrevistas en profundidad dirigidas a personas entre 25 y 45 años, de estrato 5 y 6 en Bogotá(Colombia). Su validez se fundamenta en la comprobación conceptual con investigaciones previas, la calidad de la información, y la condición de dependencia, credibilidad y transferibilidad de la misma.
- **Hallazgos**, La codificación y análisis hermenéutico de las entrevistas reveló las variables que conforman el proceso de decisión de compra de productos de moda de lujo; estas son marca, exclusividad, distinción y su relación con emociones positivas generadas en el consumidor.
- **Limitaciones**, Disposición de las personas correspondientes a la población definida, a desarrollar la entrevista debido al tiempo empleado.
- **Implicaciones prácticas**, Los resultados obtenidos sirven como base para enfocar las estrategias de marketing del sector en los requerimientos de su target.
- **La originalidad / valor**, esta investigación es la primera que analiza mediante entrevistas en profundidad el proceso de decisión de compra para productos de moda de lujo en la ciudad de Bogotá

**Palabras Clave:** Productos de lujo, Proceso de decisión del consumidor, Moda, Comportamiento del consumidor.

**Categoría:** Trabajo de investigación.

