



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.
FAREM- Matagalpa

MONOGRAFÍA:

Para optar al título de Licenciatura en Economía

TEMA:

Incidencia económica del sector comercio Ropa Usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020.

AUTORES:

Br. Dania Samanta Aguilar Calderón

Br. Belkys Defrania Castro Rocha

Br. Carlos Xavier Pineda Vílchez

TUTORA:

MSc. Flor Ivania López Pérez

Matagalpa, Julio 2020



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.
FAREM- Matagalpa

MONOGRAFÍA:

Para optar al título de Licenciatura en Economía

TEMA:

Incidencia económica del sector comercio Ropa Usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020.

AUTORES:

Br. Dania Samanta Aguilar Calderón

Br. Belkys Defrania Castro Rocha

Br. Carlos Xavier Pineda Vílchez

TUTORA:

MSc. Flor Ivania López Pérez

Matagalpa, Julio 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico primeramente a **Dios** por haberme permitido recorrer esta etapa de mi vida, por haberme dado sabiduría y entendimiento para elegir y culminar mi carrera con éxito.

A mi madre Karen María Calderón Salgado quien me brindó su apoyo para poder realizar y culminar esta etapa de mi vida, formarme para ser un profesional y por el ejemplo que me ha dado para poder lograr las metas no importando las adversidades que se presenten en el camino, forjando mi camino con valores y buenos sentimientos a través de su perseverancia, responsabilidad y su capacidad de superación.

A mi padre Ernesto Allan Aguilar, quien me apoyo para seguir adelante, y contribuyo el forjar de mi vida.

A mis hermanos y hermanas Derman, Silvia, Karen y Allan, que han estado conmigo en el transcurso de mi vida apoyándome en todo momento.

De último pero no en importancia al ser que ha estado conmigo en todo momento, **Dania Samanta Aguilar Calderón** la persona que sabe cuán difícil ha sido llegar hasta aquí y que en los momentos más difíciles ha logrado superarlos y seguir adelante.

BR. DANIA SAMANTA AGUILAR CALDERÓN

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a **Dios**, por ser el que ha guiado mi vida y me ha dado la sabiduría e intelecto para poder recorrer este camino que me ha llevado a culminar una de las metas más importantes en mi vida.

A mi padre Francisco Ramón Castro Zeledón, por ser el principal motor de mi vida, por su gran amor y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, y a la vez por instruirme con valores éticos y morales en mi crecimiento personal.

A mi madre María Marbely Rocha Tinoco, por ser ese otro principal motor que complementa ese gran apoyo que me han brindado como padres en el guiar de mi vida, y por estar siempre presente en cada paso que doy motivándome a forjarme cada vez más, teniéndome la paciencia necesaria en todos mis esfuerzos.

A mi hermano Sack Castro, que ha estado en el transcurso de mi vida apoyándome y aconsejándome.

Y por último y no menos importante **a mi persona**, por haberme propuesto cumplir esta meta y ser perseverante en cada dificultad que se interpuso a lo largo de este camino.

BR. BELKYS DEFRANIA CASTRO ROCHA

DEDICATORIA

A DIOS: Por haberme dado el don de la vida y haberme guiado por el buen camino, por darme fuerzas para seguir adelante en todo momento. Sé que no me has desamparado en momentos que te necesite.

A Mi Madre Kenia Isabel Vilchez Rocha: Gracias madre por darme la vida, por amarme como lo hace, porque siempre está para apoyarme, por ayudarme a cumplir mis metas, gracias mamá por todo.

A Mis Hermanos Y demás Familiares Betsayra Isabel Pineda Vílchez por ser una hermana que se preocupa por mí, que siempre ha estado conmigo en muchas etapas de mi vida y sé que quiere lo mejor para mí. Jacksel Xavier Pineda Vílchez por todos los momentos que hemos vivido, y que sé que es un buen hermano. A mis demás familiares que mi brindaron su apoyo en momentos que los necesite contribuyendo a este logro.

A MÍ: Por tener perseverancia y lograr culminar este estudio, por haberlo realizado con la ayuda de Dios que sin él no hubiese sido posible, por la paciencia y sacrificio para poder realizar este logro, por no darme por vencido, porque ya estoy culminando una de mis principales metas que es mi carrera universitaria.

BR. CARLOS XAVIER PINEDA VILCHEZ

AGRADECIMIENTO

Mostramos nuestra gratitud por la culminación de esta monografía de Graduación a Dios principalmente ya que sin él nada es posible. Por habernos guiado por el buen camino y por haberme cuidado todos los días de nuestras vidas, para estar hoy en día culminando nuestra carrera.

A nuestros padres por el apoyo incondicional en esta etapa difícil pero hermosa de nuestras vidas, por el apoyo económico y moral brindado, por enseñarnos valores que hacen que hoy en día seamos las personas en valores que somos.

A la planta docente de la UNAN-FAREM, Matagalpa, quienes han formado parte de nuestra formación académica a lo largo de nuestra carrera, por ser contribuyentes esenciales en la creación de nuevas profesionales de calidad.

A mis compañeros de Monografía, por haber compartido conocimientos y momentos que serán recordados con gratitud.

Y por último, a las familias del barrio Guanuca por brindarnos la información requerida para el desarrollo de nuestra investigación.

Br. Dania Samanta Aguilar Calderón

Br. Belkys Defrania Castro Rocha

Br. Carlos Xavier Pineda Vílchez



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, Matagalpa – FAREM Matagalpa
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Carta Aval de la Tutora

La presente monografía lleva por tema “Efecto económico del sector comercio Ropa Usada, en el Ingreso Real de las Familias del Barrio Guanuca, Ciudad de Matagalpa, I Semestre 2020”; realizado por los bachilleres: Dania Samanta Aguilar Calderón, Belkys Defrania Castro Rocha y Carlos Xavier Pineda Vilchez, para optar al Título de Licenciatura en Economía; ha significado un arduo trabajo de investigación en equipo, aplicando técnicas, procedimientos y métodos científicos, que genero resultados significativos para determinar los beneficios al momento de adquirir estas prendas que sin duda significa ahorro de dinero para la familia y a la vez se está siendo mucho menos consumista al comprar ropa de segunda mano.

Mis felicitaciones a Dania Samanta, Belkys Defrania y Carlos Xavier por sus esfuerzos, entrega, disposición, entereza y logros obtenidos, que hoy se ven reflejado en la presente monografía, además los insto a continuar su formación académica y práctica.

Por lo antes expuesto, el presente trabajo investigativo cumple con los requisitos y se apega a los artículos que establece el Reglamento de la Modalidad de Graduación de nuestra Alma Mater, por lo tanto, me permito solicitar ante las autoridades universitarias, la presentación y defensa ante un tribunal examinador.

Dado en la ciudad de Matagalpa, a los 6 días del mes de Julio del año dos mil veinte

MSc. Flor Ivania López Pérez

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de analizar la incidencia económica del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, 1° semestre 2020, en donde se identifica los beneficios que se obtienen a través de la adquisición de ropa usada. El estudio de este tema es de gran importancia, ya que es un tema que no ha sido estudiado y posee características que vendría a contribuir al desarrollo en el sector de ropa usada, y así mismo a las personas que se dedican a este rubro. Además este estudio que se realizara vendría a favorecer a futuros estudios o así mismo a personas que se quieran dedicar a la comercialización de la ropa usada, siendo conveniente debido a que este se basa en analizar la incidencia o comportamiento económico que está causando la ropa usada en los diferentes consumidores de este sector. Llegando a la conclusión que la población de Matagalpa se ha visto afectada positivamente con el surgimiento y el continuo crecimiento de este sector que contribuye a saciar las necesidades de vestimenta de la población a precios bajos, y a los comerciantes ya que obtienen ganancias significativas. Recomendando darle más importancia al sector de la ropa usada ya que está teniendo un crecimiento gradual. Es de gran importancia para ser estudiado, por las contribuciones que este tiene hacia la sociedad.

Palabras Claves: Incidencia económica, ropa usada, ingreso real, poder adquisitivo, comercialización, precios.

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	4
1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	5
GENERAL:	5
ESPECÍFICOS:	5
CAPITULO II	6
2.1 MARCO REFERENCIAL	6
a. ANTECEDENTES	6
a.1 NIVEL INTERNACIONAL	6
a.1.1 EFECTOS ECONÓMICOS	6
a.1.2 COMERCIALIZACIÓN	6
a.2 NIVEL NACIONAL	7
a.2.1 FACTORES ECONÓMICOS	7
a.2.2 PODER ADQUISITIVO	7
b. MARCO TEÓRICO	9
b.1 SECTOR DE VENTA DE ROPA USADA	9
b.1.1 HISTORIA DE LA ROPA USADA	9
b.1.2 DESARROLLO DE LA VENTA DE ROPA USADA	11
b.1.3 LOS GOODWILL	14
b.1.4 SEGUNDA MANO	16
b.1.5 EFECTOS DE LA ROPA USADA	18
b.2 MOTIVOS QUE INCIDEN A LOS CONSUMIDORES A COMPRAR ROPA USADA	20
b.2.1 MOTIVOS DE COMPRA	20
b.2.2 INGRESO REAL	22
b.2.3 CANASTA BÁSICA	25
b.2.4 PREFERENCIAS	27
b.3 CAMBIOS EN EL PODER ADQUISITIVO A TRAVÉS DE LA ROPA USADA	29
b.3.1 PODER ADQUISITIVO	29

b.3.2 CONSUMO	32
b.3.3 PRECIO.....	34
b.3.4 EMPLEO	36
2.2 HIPÓTESIS.....	39
CAPÍTULO III	40
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO.....	40
3.1.1 TIPO DE ENFOQUE.....	40
3.1.2 TIPO DE ESTUDIO.....	41
3.1.3 POBLACIÓN.....	42
3.1.3.1 MUESTRA.....	42
3.1.3.2 TIPO DE MUESTREO	43
3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	43
3.1.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS	44
3.1.5.1 MÉTODOS TEÓRICOS.....	45
3.1.5.2 MÉTODO CIENTÍFICO.....	45
3.1.5.3 MÉTODO EMPÍRICO	45
3.1.5.2 MÉTODO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	46
3.1.6 VARIABLES	46
CAPÍTULO IV	47
4.1 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	47
4.1.1 DESARROLLO DEL SECTOR DE LA VENTA DE ROPA USADA.....	47
4.1.2 MOTIVOS QUE INCIDEN A LOS CONSUMIDORES A COMPRAR ROPA USADA.....	54
4.1.3 CAMBIOS EN EL PODER ADQUISITIVO.....	63
CAPITULO V	72
5.1 CONCLUSIONES	72
5.2 RECOMENDACIONES	74
TRABAJOS CITADOS.....	75
ANEXOS	

Siglas

IPC: Índice de Precios al Consumidor.

PEA: Población Económicamente Activa.

INIDE: Institución Nacional de Información de Desarrollo.

CNSM: Comisión Nacional del Salario Mínimo.

BCN: Banco Central de Nicaragua.

MIFIC: Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

PPA: Paridad del Poder Adquisitivo.

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Px: Precio.

Vta: Venta.

CAPITULO I

En este primer capítulo, se abarca la temática en estudio, justificándose el porqué de esta investigación y a su vez se detallan una serie de objetivos los cuales son el principal motor para identificar nuestras variables en estudio.

1.1 INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se realizó un análisis de la incidencia económica del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, de la ciudad de Matagalpa, en el 1° semestre 2020, el cual se procedió a estudiar específicamente la incidencia y la contribución que este tipo de comercio aporta al ingreso real de las personas que consumen este producto, tomando en cuenta el nivel de aceptación que estas prendas tienen y la de los negocios que se dedican a su comercialización y de igual manera se definieron objetivos apropiados para cada una de las variables en cuestión.

Este tema es de gran importancia, ya que es un tema que no ha sido estudiado y posee características que vendría a contribuir al desarrollo en el sector de ropa usada, y así mismo a las personas que se dedican a este rubro. Teniendo como principal problemática que la población cuenta con un ingreso limitado para la satisfacción de sus necesidades.

En el capítulo I se contempló un planteamiento de problema en el cual se procuro darle resultado mediante un análisis exhaustivo de la incidencia económica de la ropa usada, en el ingreso real de las familias, y de igual manera se describió el desarrollo del sector ropa usada, ya que este es un sector con un continuo crecimiento y es de vital importancia dar a conocer el aporte que este les genera a los comerciantes y a sus consumidores. A su vez se hizo una justificación del porque de esta investigación, y de igual manera se determinaron los objetivos de los cuales se partió el desarrollo de la investigación.

En el capítulo II se hace mención de los antecedentes tanto internacionales como nacionales relacionados al tema y a su vez se abordó el marco conceptual en el cual se describió de manera teórica las variables, construyéndolo con información de datos secundarios como libros, web, revistas, folletos y periódicos entre otros, de donde surgieron los indicadores utilizados para la elaboración de los instrumentos para la cual surgió una hipótesis y se demuestra con los resultados de esta investigación.

En el capítulo III se desarrolló el diseño metodológico donde se explicó el tipo de investigación, mediante un estudio del método científico fundamentado en sus componentes: la selección de un problema de estudio con connotación social, en el cual se formulan sus respectivas hipótesis para orientar la investigación, destacando su correspondiente sistema de variables e indicadores que sirvieron de base para el diseño de los cuestionarios de opinión, con la información obtenida se realizó la prueba estadística formuladas, a fin de plantear las conclusiones en torno a la problemática en estudio.

En el IV capítulo se dio paso a dar respuestas tanto al planteamiento del problema como la hipótesis, mediante la recolección de información a través de las técnicas de recolección de datos tales como son entrevistas y las encuestas.

En el V capítulo del presente trabajo, se abordaron las conclusiones como las recomendaciones, que se desarrollaron en este sector.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La población cuenta con un ingreso limitado, y esto hace que la aparición del sector de ropa usada sea una alternativa para subsanar la necesidad del vestuario. Los consumidores de ropa valoran en la compra de ropa usada una oportunidad de ahorro, ya que una prenda de vestir por ejemplo puede valer entre tres y cinco veces menos que una nueva.

Hoy en día nuestra sociedad se basa en el consumismo, una de las mejores formas de favorecer el propio presupuesto, salvar y respetar el medio ambiente y satisfacer las ansias de comprar productos únicos es optando por tiendas de segunda mano, dado que la población cuenta con un ingreso limitado

Así mismo, el adquirir ropa nueva, ropa de marca, o bien ropa que este a la moda resulta ser un gasto elevado y es por esto que los consumidores de este sector optan por la adquisición de ropa usada.

Por esta razón, con respecto a lo antes expuesto se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es la Incidencia económica del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020?

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre el estudio “Incidencia económica del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanaca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020” tiene el propósito “describir el desarrollo del sector de venta de ropa usada y a la vez determinar los motivos que inciden a los consumidores a la compra de ropa segunda mano, valorando los cambios en el ingreso real a través de la adquisición de ropa usada”.

La investigación de este tema es de gran importancia, ya que es un tema que no ha sido estudiado y posee características que vendría a contribuir al desarrollo en el sector de ropa usada, y así mismo a las personas que se dedican a este rubro. Además esta investigación que se realizó vendría a favorecer a futuros estudios o así mismo a personas que se quieran dedicar a la comercialización de la ropa usada.

El tema de investigación es conveniente debido a que este se basa en analizar la incidencia o comportamiento económico que está causando la ropa usada en los diferentes consumidores de este sector.

Cabe resaltar que el impacto gracias a la existencia de la ropa usada, los consumidores del sector vestuario, ven una mejor alternativa para reservar sus ingresos ante otras necesidades, es decir, al adquirir este tipo de prendas que presentan un precio menor en comparación a las prendas nuevas, se gasta menos y el ahorro que se logra se puede destinar a otros gastos más necesarios.

A su vez esta investigación, con los resultados obtenidos, proporcionará información para próximos trabajos relacionados al tema, contribuyendo a un estudio más profundo de este tema, beneficiando al estudiantado interesado en esta investigación, de igual manera vendría a contribuir a las empresas nuevas y ya existentes para la implementación de estrategias empresariales y la obtención de nuevas medidas comerciales al momento de incursionar en el mercado de ropa usada, y de igual manera será de gran utilidad el estudio a las personas del sector estudiado y la población en general, ya que es un sector de alta productividad a nivel local e internacional para futuros emprendedores de este sector comercial.

1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

GENERAL:

Analizar la incidencia económica del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020

ESPECÍFICOS:

- 1) Describir el desarrollo del sector de venta de ropa usada, en el barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020.
- 2) Determinar los motivos que inciden a los consumidores a comprar ropa usada, de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa I semestre 2020.
- 3) Valorar los cambios en el ingreso real a través de la adquisición de ropa usada de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020.

CAPITULO II

El siguiente capítulo busca explicar mediante una base científica el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados, a través de las potenciales variables de estudio las cuales se les da continuidad a la investigación partiendo de una revisión de antecedentes.

2.1 MARCO REFERENCIAL

a. ANTECEDENTES

De acuerdo a la indagación de diversas fuentes de información se logró determinar que nos consta mencionar que no existe ningún antecedente con el mismo tema de investigación pero existen investigaciones que se relacionan mediante las variables que en este documento se van a estudiar, que contribuirán al reforzar el desarrollo del tema a estudiar.

Algunas de las investigaciones son las siguientes:

a.1 NIVEL INTERNACIONAL

a.1.1 EFECTOS ECONÓMICOS

Según Mendieta (2005) afirma que... Los efectos de la importación de ropa usada se traducen en una disminución de precios, que afecta los ingresos de los productores del mercado con el cual estos productos compiten, y en una presión sobre la cantidad producida ya que a los productos fabricados en el mercado nacional se les hace difícil competir con aquellos que son importados, por su bajo precio (que solo refleja transporte y valores agregados de una cadena de comercializadores).

a.1.2 COMERCIALIZACIÓN

Según Trigueros & Valle (2013) indica que... La comercialización de la ropa de segunda mano inicia como el resultado de crisis económicas y sucesos que cambiaron la realidad en muchos países del mundo; así como el desperdicio textil que se genera día con día a través de la industria". Se le atribuye artículos de segunda o ropa de segunda a todas las cosas desde ropa, zapatos, artículos del

hogar, que hayan sido utilizados anteriormente y que aún se les sigue dando un uso pero con otro propietario.

Según Vidaurre (2005) afirma que... El recorrido de la ropa usada en un noventa por ciento de origen americano empezaba entonces con la usual tarea de fundaciones, iglesias y otras instituciones de carácter benéfico que recolectaban prendas de temporada o con fallas de fabrica de las casas, limpiezas y boutiques del país del Norte.” A su vez a lo largo de su historia, la ropa usada se ha visto como una alternativa de negocio, que genere ingresos cuantitativos para los individuos que le comercializan y así mismo una manera viable para darle una segunda oportunidad de vida a las prendas que no estén en uso y así mismo generar dinero.

a.2 NIVEL NACIONAL

a.2.1 FACTORES ECONÓMICOS

Según Talavera (2017) con el tema: “Factores socioeconómicos que influyen en los motivos de compras de los clientes que adquieren ropa usada en el barrio 14 de abril de la ciudad de Estelí”. Con el objetivo de identificar como influye los factores socioeconómicos en los clientes que adquieren ropa usada en los motivos de compra. Los factores económicos hacen relación en este caso al poder adquisitivo de los clientes y la sensibilidad al precio, ya que las prendas tienen un precio favorable para la capacidad y alcance del presupuesto del comprador, y esto hace que la demanda se mantenga activa.

a.2.2 PODER ADQUISITIVO

Según Alvarez (2017) con el tema: “Análisis del salario Mínimo y Nivel de vida de Nicaragua”. Con el objetivo de analizar la evolución de los salarios mínimos con respecto al costo de vida de los nicaragüenses. El poder Adquisitivo en Nicaragua se diferencia al ver que los bajos salarios repercuten a la hora de comprar productos, según “El Banco Central”. El salario real promedio nacional actual ha retrocedido a niveles de 11 años atrás. Es decir que el poder adquisitivo o capacidad de compra de un trabajador esta hoy por debajo del nivel del año 2001, y no compensan los incrementos en el precio de los productos y servicios básicos que ha aumentado con los años. (pág. 45)

a.2.2.1 SALARIO MÍNIMO

“El salario mínimo debe ser suficiente para satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores promedio y sus familias. Otros factores que se consideran al determinar el salario mínimo incluyen el costo de vida, el nivel de los salarios en el país, los beneficios de la seguridad social, el desarrollo económico, la productividad del país y la tasa de inflación oficial proporcionada por el Banco Central de Nicaragua.”

b. MARCO TEÓRICO

b.1 SECTOR DE VENTA DE ROPA USADA

b.1.1 HISTORIA DE LA ROPA USADA

Según Rodríguez Talavera (2017) en la historia de ropa usada manifiesta que “La llamada ropa de paca se origina en los países del primer mundo con una economía pujante que les permite a sus habitantes estar renovando su ropa. En los países desarrollados como Estados Unidos de Norteamérica, en la parte norte cada vez que suceden cambios. (De moda o de clima) o simplemente por renovar su vestuario, donan esta ropa usada a instituciones de caridad, estas donaciones, son clasificadas y son vendidas a tiendas de segunda mano, que no solo existen en los países tercermundistas, sino también en países desarrollados como Italia, Inglaterra, Canadá, etc.” (pág. 21)

Por otra parte, la historia es expresada como los distintos acontecimientos o hechos que han venido quedado marcado en el tiempo, teniendo su origen y por ende se le da continuidad a través del tiempo.

En los últimos años, la ropa usada en la ciudad de Matagalpa ha surgido principalmente de la compra de pacas procedentes de otros países, estas pacas se comercializan en almacenes los cuales en años anteriores solo se encontraban en otros departamentos, tales como Managua y Chinandega. Actualmente aquí en la ciudad de Matagalpa ya se cuenta con sucursales de ventas de pacas, generando así, mas comercio de la misma.

b.1.1.1 DONACIONES

Según Hidalgo Natera (2007) define la donación como “Un acto de libertad y gratuito, debiendo entenderse la libertad como la intención del donante de producir un enriquecimiento en el patrimonio del donatario y un correlativo empobrecimiento en el propio. Un acto gratuito es aquel a cuya virtud el que lo realiza no recibe ninguna contraprestación, por lo que puede o no empobrecerse aun cuando siempre se enriquezca el beneficiado. (pág. 228)

De acuerdo a lo anterior, las donaciones son todas aquellas actividades en las que implica el dar o regalar cualquier objeto, prenda, dinero, entre otras, a cualquier persona u organismo. Esto con el fin de apoyar o bien en el caso de ya no necesitar determinado bien o servicio.

Las donaciones de ropa usada son una alternativa que crean diferentes bazares, los cuales están vinculados a la recaudación de fondos, para diferentes actividades, ya sea por el bien común o por el apoyo a diferentes situaciones.

b.1.1.2 RECICLAJE

Es un proceso que consiste en someter de nuevo una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima y a su vez la posibilidad de elaborar un nuevo producto. El reciclaje es por tanto una de las alternativas utilizadas en la reducción del volumen de los desperdicios, el cual consiste en volver a utilizar materiales que fueron desechados y que aún son aptos para elaborar otros productos o volver a elaborar los mismos. (Ramos, 2010, pág. 7)

Así mismo, la idea de estas iniciativas es reutilizar ropa que esta buena y que se cree que es fea o mala pero realmente no lo es. De esta manera, se logra confeccionar nuevos estilos o bien solo se les hace un ajuste a las diferentes prendas que puedan estar en mal estado.

A su vez, el reciclaje en el sector de la ropa usada genera un gran impacto en el caso del medio ambiente, debido que al reciclar se está evitando el deterioro de este que causa el desecho de la ropa, aportando también a reducir lo que es la globalización de las prendas de vestir.

b.1.1.3 NECESIDADES

Según Cortes (1973) nos indica que... “La necesidad es el deseo de disponer de un medio idóneo para prevenir o eliminar sensaciones penosas o para provocar, conservar o acrecentar sensaciones agradables. Es necesidad todo deseo de poseer un medio que procure satisfacciones. Las necesidades constituyen la causa y el objeto de la actividad económica. El hombre resulta ser, entonces, el medio y el fin de dicha actividad. Aun para un mismo individuo, sus necesidades cambian con el

transcurso del tiempo, el progreso de la comunidad, las posibilidades económicas, etc. (pág. 31)

Es decir, la necesidad se basa en un requisito, el cual es determinante ante cualquier situación o circunstancia. Una necesidad implica desde el necesitar el aire que respiramos, los alimentos, prendas de vestir... en fin lo que el ser humano necesita en su día a día, hasta el creer necesitar el capricho más exigente.

A través del tiempo, se ha considerado la ropa como una necesidad, es por esto, que la venta de ropa usada se ha incrementado gracias a la demanda de la población, igualando la necesidad por el consumo de la compra de ropa nueva, satisfaciendo estas las necesidades de la población, tanto por gustos, marcas, precios y moda.

b.1.2 DESARROLLO DE LA VENTA DE ROPA USADA

“Las técnicas de ventas son el conjunto de habilidades persuasivas que utilizan las empresas, y más concretamente el personal de venta, para informar de las características de un producto o servicio y convencer de sus ventajas y beneficios, motivando así su adquisición. Estas técnicas de desarrollo se adaptan a las particularidades de cada cliente en la fase principal del proceso de venta, la argumentación, para describir los atributos de los artículos y servicios, señalando sus utilidades”... (Martin, Alonso, & Sumelzo, 2019, pág. 118)

El desarrollo es todo aquel proceso el cual consiste en las diferentes etapas que se presentan ante cualquier situación, es decir, el avance que presenta proyecto, una obra, el sector económico, o bien un simple resultado ya sea positivo o negativo de algún sector.

Actualmente, en Matagalpa se ha venido desarrollando la venta de ropa usada de manera muy significativa, ya sean negocios registrados o no. Debido a que cada día existen más negocios que se dedican a la misma, por el hecho que los comerciantes buscan una nueva alternativa para crear sus ingresos o bien por el mismo consumidor, que al no ajustarse sus ingresos para satisfacer las necesidades

de ropa nueva o de marca, ven una excelente alternativa en el consumo de ropa usada.

b.1.2.1 LA OFERTA

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado... (Macedo, 2006, pág. 45)

En fin, la oferta es toda aquella actividad que consiste en presentar un bien o servicio ante el mercado, los cuales buscan conseguir el cubrir las necesidades existentes por parte de los consumidores tanto de los bienes como de los diferentes servicios.

Actualmente la oferta de este tipo de mercancía se encuentra fácilmente en todo lugar. La compra venta ha crecido notablemente durante los últimos años. Una de la manera más sencilla es online. En las que puedes hacerlo sin necesidad de moverte de casa. La oferta de la ropa usada en Matagalpa, viene a crear un impacto en los comerciantes de ropa nueva, ya que esta ocasiona una preferencia por algunos consumidores por la ropa usada ante la ropa nueva, al ser esta de menor precio.

b.1.2.2 CONSUMO

“Consumo es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias. En economía, se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor”... (Oca, 2020, pág. 1)

Por consiguiente el consumo, es el adquirir algo para el beneficio mismo, sacar provecho o simplemente agotar el bien adquirido.

En definitiva se evidencia que los consumidores de la ropa usada en general no son exclusivos de algún estrato socio-económico, ya que la población en general son propias a comprar este tipo de productos, sin ningún temor o perjuicio, dado que lo que busca la gente, en el caso de aquellos que son de una clase media o alta, son diseños novedosos o colores bonitos antes que fijarse en el precio bajo.

b.1.2.3 COMPETITIVIDAD

Según Musik & Murillo (2004) la competitividad es “La capacidad para competir se basa en una combinación de precio y calidad del bien o servicio proporcionado, de manera que cuando la calidad es la misma en mercados competitivos (esto es, mercados con una cantidad importante de productores en los que cada uno de ellos no tiene el poder de fijar precios), los proveedores seguirán siendo competitivos si sus precios son tan bajos como (o más bajos que) los precios de sus rivales. Por otra parte, las empresas que han logrado establecer una reputación de calidad superior pueden destacar del resto y seguir siendo competitivas, incluso cobrando precios más elevados que sus rivales en ese mercado específico.” (pág. 10)

Así pues la competitividad, es la acción de competir, de crear ventajas que logren una mayor eficiencia de sus recursos en comparación a su competencia, en donde se compara el rendimiento de las mismas, obteniendo así una posición destacada entre las diversas competencias existentes dentro de la misma área.

La competitividad de la ropa usada en los últimos años ha venido creciendo, ya que cada vez existen más comercio de este y por ende la población tiene más opciones en encontrar lo que busca y hasta en muchas ocasiones más barato que en otros comercios que se dedican a la misma. Si bien, en el caso de Matagalpa en el sector del barrio Guanuca se observa una gran influencia de tiendas de segunda mano, las cuales compiten entre ellas por dar mejores precios y una mayor calidad y atención a sus clientes.

b.1.3 LOS GOODWILL

Según Vidaurre (2005) afirma... “Los GoodWill, son grandes almacenes que reciben donaciones a nivel mundial y los comercializan por unidad a precios económicos. El dinero que se recauda es donado a instituciones caritativas. Sin embargo, aquellas prendas que no se venden, por lo general son donadas a países en vía de desarrollo, a través de Organizaciones No Gubernamentales (ONG).” (pág. 10)

Actualmente, en Nicaragua no se cuenta con estos tipos de almacenes a como se presentan en otros países. Ya que estos almacenes son más que todo aquellos organismos que se ocupan de las donaciones de ropa y que ellos mismos se encargan de su comercialización a precios más accesibles que los diferentes almacenes que se dedican al mismo comercio.

b.1.3.1 ALMACENES

Un almacén es un espacio destinado al depósito o a la comercialización de mercaderías. De acuerdo a la región geográfica y al contexto, el término puede referirse a diferentes tipos de establecimientos. Los comercios que cuentan con múltiples mercaderías de diferentes clases y que disponen de una gran superficie reciben el nombre de grandes almacenes o de tiendas por departamentos... (Porto & Gardey, 2016)

En base a lo anterior, los almacenes se pueden definir como bodegas o tiendas, las cuales se encargan de comercializar diferentes bienes en grandes cantidades.

En Nicaragua existen almacenes que comercializan la venta de ropa de pacas, los cuales estos proveen al mercado o comerciantes para su comercio, las mayoristas se encuentran en Managua y Chinandega. No obstante en Matagalpa ya se cuenta con algunas bodegas que se dedican a este servicio, las cuales algunas son cadenas de almacenes que se encuentran en la capital.

b.1.3.2 COMERCIO

“Negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías. Actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación. Se trata de la transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor (que puede ser dinero)”... (Santana, 2020, pág. 1)

En otras palabras, el comercio es la acción que se genera mediante la transacción o el intercambio entre los productos terminados y el dinero en cuestión.

El concepto de comprar ropa usada ha cambiado mucho. Ahora se lo relaciona con la adquisición de productos en excelente estado a un precio conveniente, es por esto que el comercio de la ropa usada haga competencia con el comercio de la ropa nueva, debido a que en este sector de ropa usada al igual que en la ropa nueva se pueden encontrar ropa de marca con buena calidad y en excelente estado y principalmente a precios muy accesibles.

b.1.3.3 IMPORTACIÓN

Según las Aduanas (2012) Importar es “La compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Además, permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad. La decisión de importar surge por dos razones principales: la escasez de producción del producto en el mercado interno y el bajo costo económico de importar ante costos altos de producción o comercialización en el país. (pág. 1)

Así mismo, la importación es toda aquella acción comercial que implica el ingreso de los diferentes productos que son traídos de otros países para el comercio del mismo en el país que los ha importado, esto se debe a que no se dispone del recurso o hay escases.

En el sector de ropa usada el volumen de las importaciones aumenta porque la calidad de los productos no es la misma de la que se elabora en el país, los importados duran menos y eso justifica que sus precios muchas veces sean más bajos, pero hay que reemplazarlos con más frecuencia.

b.1.4 SEGUNDA MANO

Según Hernández (2017) afirma que... “La ropa usada (ropa de segunda mano), al igual que la ropa nueva se refiere a las prendas de diferentes texturas usadas por el ser humano para cubrir su cuerpo, a diferencia de la ropa nueva, la ropa usada se le da este termino de usada, ya que es ropa que ya ha sido utilizada por alguien más, y que es desechada, donada o vendida al mercado.” (pág. 36)

Ahora bien, segunda mano es considerada como cualquier objeto o prenda que ya ha sido utilizada, y por ende, tiende a ser un poco vieja, deteriorada o en algunos casos del mismo modo, decir que algo es de segunda mano simplemente significa que ha tenido un dueño anterior, pero esta puede estar en perfectas condiciones.

La ropa usada ha tenido una gran aceptación, tanto para los comerciantes así como también para los consumidores. Siendo esta una alternativa de negocio para la población que no cuenta con un trabajo y optan por el comercio. Por otro lado para la población en general, se ha convertido en una excelente opción para medir sus gastos, ya que la mayoría no cuentan con ingresos suficientes para la compra de ropa nueva y de marca.

b.1.4.1 PRECIO

Según Ruano (2009) en su revista indica que... “El precio representa el valor de adquisición de un producto o servicio, valor que se puede referir a cualquier eslabón de la cadena de distribución:

- El precio de venta a mayorista, es el precio al que adquiere los productos el mayorista.
- El precio de venta a minorista, es el precio que paga el minorista.
- El precio de venta al público, es el precio que paga el consumidor o usuario por los productos y servicios que adquiere. “ (pág. 9)

En base a lo anterior, el precio es el valor monetario que se le asigna o establece a un bien o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores. Así mismo es el valor monetario que se debe pagar a cambio de adquirir determinado bien o servicio por parte de los consumidores.

En un tramo de ropa usada en el mercado se pueden encontrar prendas de hasta cinco córdobas, en cambio en cualquier otra tienda de ropa nueva una blusa para adulto, aún en oferta, puede valer como mínimo 250 córdobas. Es por esto que la mayoría de la población ante la falta de ingresos para la compra de ropa de marca, opta por la ropa usada, porque se encuentra ropa de marca, en buen estado y en un menor precio en comparación a comprar una prenda nueva.

b.1.4.2 MODA

“La moda en términos de ropa, se define como aquellas tendencias y géneros en masa que la gente adopta. La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir en diferentes ocasiones que se ameriten.”... (Gutierrez, 2015, pág. 1).

Así pues, la moda es una tendencia que genera estilos, por ende, estos diferentes estilos se insertan en el mercado como una costumbre, hasta llegar a convertirse en una necesidad. La moda está basada en temporadas, esto indica que cualquier bien o servicio que esté de moda es solo por un momento, ya que con el tiempo la moda cambia o se va transformando de acuerdo a las necesidades que sean demandadas.

En el presente el negocio de lo usado está de moda, en Matagalpa en las diferentes ventas de ropa usada que existen se pueden encontrar piezas o ropa que sea de la actual moda, es por esto que el mercado de segunda mano ha dejado atrás su relación con la crisis económica y a su vez dejando atrás la posibilidad de encontrar lo último en moda en los comercios de ropa nueva y ha encontrado en la moda a su clientela más fiel. Los compradores de ropa usada se definen por apreciar

la originalidad de las prendas sin sentir ningún tipo de rechazo a su vida anterior, huyen de la moda en cadena, y viven sensibilizados con el cuidado del planeta.

b.1.5 EFECTOS DE LA ROPA USADA

Según Mendieta (2005) afirma... “Los efectos de la importación de ropa usada se traducen en una disminución de precios, que afecta los ingresos de los productores del mercado con el cual estos productos compiten, y en una presión sobre la cantidad producida ya que a los productos fabricados en el mercado nacional se les hace difícil el competir con aquellos que son importados, por su bajo precio (que solo refleja transporte y valores agregados de una cadena de comercializadores).” (pág. 53)

En otras palabras, se denomina efecto a la consecuencia o bien al resultado que genera alguna actividad, siendo este un impacto de manera positiva o de manera negativa, el cual provoca cambios en cual sector.

Esta al ingresar al mercado genera un dinamismo en el comercio, el incremento gradual de las importaciones y así mismo el consumo de la ropa usada a provocado un efecto en la economía del país, como la de los comerciantes y sus consumidores ya que los 3 se ven involucrados de manera positiva en las transacciones del producto que tiene en común.

b.1.5.1 EFECTO SOBRE LA PRODUCCIÓN

Según Mendieta (2005) Desde el punto de vista de la producción:

- Los micro y pequeños productores de prendas de vestir que producen prendas relativamente sustituibles (sobre todo en precio) se ven afectados y esta actividad representa una amenaza para su desarrollo, efectivamente el modelo desarrollado mostró que la importación de ropa usada afecta negativamente su producción, ya que por cada incremento de 1% de importación de ropa usada se deja de producir 0,29% en este sector.
- La pequeña, mediana y gran industria cuya producción no es considerada razonablemente sustituible no se ve directamente afectada por esta actividad (ya que sus consumidores son fieles a la calidad de sus

productos), pero consideran una amenaza la venta indiscriminada de estos productos ya que puede llegar a incentivar a la demanda del sector de sus consumidores. (pág. 52)

La importación de la ropa usada ha incrementado su interacción en el mercado a gran escala ya que gracias a la comercialización masiva todas las personas tienden a consumir este producto, generando una demanda muy alta, lo cual provoca que el mercado se genere la necesidad de producir más ropa nueva, la cual viene a sustituir la que ya está en el mercado y la que ya paso de moda o de temporada tenga una segunda vida útil convirtiéndose en la conocida ropa usada o de segunda llegando a un según mercado de consumo.

b.1.5.2 EFECTO SOBRE EL CONSUMO

Según Mendieta (2005) en el efecto sobre el consumo:

- Los consumidores más pobres han tenido la posibilidad de acceder a la compra de esta ropa como única opción de acuerdo a la disponibilidad de sus ingresos.
- Se ha presentado una disminución general en el precio de la ropa (por que los precios bajos de estas prendas han presionado sobre los precios de la ropa nacional que compite con ellas).
- Dentro del segmento de consumidores de ingresos medios, los que tiene menor ingreso, consideran a la ropa usada como otra opción válida para satisfacer sus necesidades, es decir que a este segmento se le han incorporado otra opción de elección de compra además de la confección nacional. Se debe además indicar que la clase media al verse mayormente afectada por la crisis económica que atraviesa el país y al observar el gran comercio de ropa usada que existe en todas las calles se ve cada vez más incentivada a consumir estas prendas. (pág. 49)

La ropa usada ha generado un dinamismo en el consumo de su sector, ya que es una opción viable de vestir con prendas de calidad y a precios accesibles que gracias a los precios económicos las personas consumen más por poco dinero. Sin

embargo no todo es positivo, ya que en algunos casos las tiendas de ropa nueva se ven afectadas por las bajas ventas de su mercadería mermando la ganancia bajando el consumo de la ropa nueva y así mismo incrementando la compra de ropa usada, viendo que es más factible consumir un producto barato y de calidad y que en algunos casos de marcas reconocidas que de un producto que tiene un precio mayor por de marcas genéricas.

b.1.5.3 BENEFICIOS

Según Duque (2018) afirma... El mayor beneficio de comprar prendas usadas es que sin duda estas ahorrando dinero, cualquier compra de segunda mano siempre será más barata que algo nuevo. Muchas veces podemos encontrar ropa de buena calidad y prendas de marca en muy buen estado y a precios bajos. A esto se le llama compras inteligentes. (pág. 1)

Cabe mencionar, que un beneficio es la ganancia que se obtiene tras alguna inversión o compra, ya que este genera un extra en sus ingresos. Así mismo se determina como un bien recibido de alguien, una ventaja o simplemente un provecho.

Actualmente podrás encontrar prendas únicas, ya sea que estén a la moda o vintage, cosas que no conseguirás en cualquier tienda o centro comercial. Al comprar ropa de segunda mano estamos reutilizando, dándole una nueva vida a la vestimenta que ya fue de alguien y no solo eso, sino que de paso ayudamos al medio ambiente. Ya que volver a usar es mucho mejor que comprar algo nuevo o reciclar algo viejo.

b.2 MOTIVOS QUE INCIDEN A LOS CONSUMIDORES A COMPRAR ROPA USADA

b.2.1 MOTIVOS DE COMPRA

Según Hartmann (2005) afirma que “El motivo más frecuente de compra de ropa usada, contrariamente a lo que se creía es el tema de calidad antes de precio. Sin embargo, no es precisamente la calidad del producto en sí misma si no la posibilidad de los consumidores de encontrar alguna prenda de vestir de marca y

cuyo precio sea inferior en aproximadamente un 1.000% a similar prenda que se ofrece en el comercio local.” (pág. 1)

La oferta ha logrado posicionar el producto de tal manera que el mejor argumento para atraer compradores se basa en el precio y variedad de productos. Los consumidores, en realidad, no van a comprar a la feria de ropa usada un producto en específico, más bien lo que hacen es enfrentar la oferta y su variedad para ver si se pueden llevar algo de calidad a muy bajo precio.

Es muy frecuente, al finalizar las ferias observar los remates de ropa usada donde los precios tienden a bajar aún más y lograr colocar algunos productos pues el flujo es incesante y la nueva mercadería está por llegar. Los motivos para comprar ropa usada pueden ser muy diversos a algunas personas se interesan por cuestiones económicas, porque no puedan invertir mucho dinero en su indumentaria o porque quieran adquirir prendas de grandes marcas pero a precios más económicos; Lo que más le interesa a los consumidores de dicho sector es la ropa de calidad y de marcas reconocidas que se pueda encontrar a precios bajos.

b.2.1.1 INCIDENCIA EN LOS CONSUMIDORES A COMPRAR ROPA USADA

Según Santesmases (1998) afirma...La motivación es la fuerza interna de los individuos que impulsa la acción. Las necesidades y metas cambian en respuesta de la condición física, medio ambiente y la interacción con otras personas y experiencias del individuo. De esta manera, en que se satisfacen las necesidades se crean nuevas orden más elevado que deben cubrirse. Los psicólogos mencionan que los individuos tienen diferentes necesidades las cuales se asignan en un una jerarquización. (pág. 1)

Según Lambin, Gallucci, & sicurello (2009) desde el punto de vista del marketing el comportamiento de compra comprende el conjunto de actividades que proceden, acompañan y siguen a las decisiones de compra y en las que el individuo o la organización intervienen activamente de esta manera la compra se realizan tras elección con conocimiento de causa. El comportamiento de compra puede verse como un proceso de resolución de problemas. (Pág. 91)

En el caso de la adquisición de la ropa usada, un factor importante para que la población opte por las prendas usadas es el gusto de la población por estas prendas, pero el elemento que influye de gran manera son los precios con los cuales son comercializadas, ya que la población ve con buena aceptación de igual manera la calidad que en estas tiendas hay, ya que hacen relación de calidad-precio y argumentan que es una forma muy viable de economizar en vestimenta.

b.2.2 INGRESO REAL

Según Gil (2015)... “El ingreso real es aquel que mantiene a pesar del tiempo transcurrido su valor o poder adquisitivo, obteniéndose dividiendo el ingreso nominal por el índice de precios al consumo (IPC). Si no existe inflación, el ingreso nominal y el ingreso real siempre serían iguales.” (pág. 1)

En base a lo anterior, el Ingreso Real de una economía es una variable importante a la hora de evaluar la política económica de un país y en las negociaciones salariales entre sindicatos y empleadores. El ingreso real, refleja la cantidad de bienes o servicios que puede adquirir un consumidor con su renta monetaria correspondiente. Mientras que la renta monetaria es la cantidad de dinero o ingreso que percibe una persona o economía doméstica en un determinado período de tiempo, es un flujo monetario. El ingreso real por el contrario muestra los bienes que puede adquirir con su renta monetaria.

En Nicaragua el ingreso real es un factor de importancia al momento de la adquisición de la ropa usada, ya que las personas estudiadas dieron a conocer que ellos primero tienen que presupuestar sus gastos antes de comprar cualquier artículo.

b.2.2.1 MEDICIÓN DEL INGRESO REAL

Según ECO-FINANZAS (2017)... “El ingreso real es el ingreso que se mide en términos de los Bienes y servicios reales que puede comprar. A su vez se define

como el ingreso monetario de un individuo, teniendo en cuenta el efecto de la inflación.” (pág. 1)

Por consiguiente, la medición del ingreso real, es una herramienta que contribuye a conocer el nivel de entradas económicas de un país o las de un individuo, todo esto con la finalidad de saber todas las entradas brutas.

De igual manera la medición del ingreso posee gran relevancia, ya que a partir de ahí ellos llevan más conocimiento de todos los ingresos económicos que como individuos poseen y así poder saciar sus necesidades ilimitadas.

b.2.2.2 SALARIO REAL

Según el Artículo 81 del código del trabajo de Nicaragua, el salario “es considerado la retribución que paga el empleador al trabajador en virtud del contrato de trabajo o en relación laboral”.

“El salario real será aquel que representa la cantidad de bienes que el trabajador podrá adquirir con el volumen de dinero que percibe y por tanto representa el poder adquisitivo, su poder de compra, la cantidad de bienes y servicios que podrá lograr a partir de su salario.”... (Aguirre, García, & Montoya, 2017, pág. 35).

Así mismo, el salario real es el cálculo que se hace descontando la inflación, y así mismo demostrar el salario en bruto de un individuo y su verdadero poder adquisitivo. El salario real contribuye a conocer en que niveles se encuentran los salarios nominales.

Para los encuestados el ingreso real, es un unto referente al momento de pensar en la compra de ropa usada, ya que según la obtención de este ellos como consumidores pueden optar a comprar artículos los cuales ellos puedan costear el precio en su totalidad.

b.2.2.3 SALARIO MÍNIMO

Según Aguirre, García, & Montoya (2017) afirma... “El salario mínimo debe ser suficiente para satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores promedio y

sus familias. Otros factores que se consideran al determinar el salario mínimo incluyen el costo de vida, el nivel de los salarios en el país, los beneficios de la seguridad social, el desarrollo económico, la productividad del país y la tasa de inflación oficial proporcionada por el Banco Central de Nicaragua.” (pág. 1)

Entonces, el salario mínimo es una cantidad pequeña de dinero, estipulada por el gobierno que viene a satisfacer las necesidades del individuo, esto en compensación por el trabajo realizado en tiempo determinado, este salario está clasificado en rubros lo cual hace que esta cantidad tenga una variación.

Así mismo del 47% de las personas estudiadas argumentan que ellos entran entre las personas que devengan un salario mínimo en Nicaragua, y que la ropa usada es una alternativa viable para el consumo.

b.2.2.4 SALARIO MÍNIMO Y SU RELACIÓN CON LA CANASTA BÁSICA

Según los autores Guzman, Robleto, & Andino (2014) destacan que “Un individuo promedio necesita, para cubrir sus necesidades básicas a partir de sus Ingresos, un conjunto de bienes y servicios considerados en una canasta básica. En Nicaragua la Canasta Básica tiene todos los productos necesarios para poder tener Una vida sana, tanto física como mentalmente. Sin embargo, es un tema de mucha controversia en nuestro país, ya que el salario que por lo general un trabajador obtiene producto de su fuerza de trabajo es muy bajo para el alto precio de la canasta básica. Utilizaremos el salario mínimo ya que aproximadamente el 60% de la PEA gana el nivel de salario mínimo establecido oficialmente por el Estado.

En el 2012 el rubro vestuario represento un 11% y en el año 2013 fue de 12% lo que significa que en este componente se incrementó en 1% que en córdobas se estima un equivalente a 177.23 córdobas. Así logramos observar que a medida que el tiempo pasa el costo de la canasta básica aumenta también.” (pág. 1)

“Dentro del componente vestuario las mujeres y niñas mayores de 10 años representan la porción más alta del rubro (un 40%), en relación al gasto en el

vestuario de los varones y niños ya que las familias gastan un poco más en accesorios para niñas que de niños.”... (Guzman, Robleto, & Andino, 2014, pág. 1).

Según Guzman, Robleto, & Andino (2014) afirman... El salario mínimo promedio de todos los sectores económicos en Nicaragua, es de C\$ 4,256.23 córdobas (463 córdobas más que en 2012). El sector agropecuario posee el menor salario mínimo con C\$ 2566.9 córdobas para 2013 (23% del costo de (La canasta básica), le siguen en el sector Gobierno Central con C\$ 3,231.6 córdobas (30% del costo de la canasta básica)” (pág. 1)

Estos datos nos llevan a la conclusión de la estrecha relación que contiene cada una de los indicadores que se hablaron anteriormente, ya que en Nicaragua el salario mínimo es reducido en comparación al precio de la canasta básica y la poca accesibilidad que poseen la mayoría de los nicaragüenses ante las necesidades, siendo de esta manera un punto de referencia para las personas encuestadas al momento de pensar en la compra de la ropa usada y la economía del individuo.

b.2.3 CANASTA BÁSICA

Según el INIDE (2017) la canasta básica “Se ha definido como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar, en cantidades mínimas y suficientes para cubrir las necesidades. La revisión de septiembre de 2007, en la Comisión Especial de la Comisión Nacional de Salario Mínimo (CNSM), se aprobó la canasta básica actual que considera las cantidades y valores nutritivos y calóricos de los alimentos, en niveles saludables y la frecuencia de consumo de todos sus componentes, expresados en cantidades que permitan satisfacer dichas necesidades.” (pág. 1)

Cabe resaltar que, la canasta básica es un grupo de artículos de consumo humana que viene a saciar las necesidades de un núcleo familiar, los artículos que esta contiene 53 artículos que van desde vestimenta, higiene personal y productos de alimentos.

Así mismo, la canasta básica y la ropa usada según las personas estudiadas establecen una relación muy amplia ya que la vestimenta está contemplada como una necesidad de vital prioridad al momento de saciar necesidades.

b.2.3.1 PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA

“Según el BCN El costo total de la Canasta Básica en abril 2019 fue de 13,780.79 córdobas, que con respecto al mes anterior aumentó en 120.21 córdobas, para una variación mensual de 0.88 por ciento” (Banco central de Nicaragua, 2019).

Es por esto que, el aumento del precio de la canasta básica ha generado dificultades en parte de las familias Nicaragüenses que no cuentan con ingresos que puedan cubrir completamente los gastos de la canasta básica teniendo que reducir sus gastos para poder comprar lo básico como por ejemplo los alimentos, por lo tanto el presupuesto familiar debe ajustarse a sus ingresos.

De igual manera el precio de la canasta básica y la adquisición de la ropa usada establecen una relación que según las personas estudiadas, ya que el precio de la canasta básica tiende a aumentar de manera rápida, por lo tanto el precio de las prendas de vestir suben y no hay como saciar todas las necesidades que ellos poseen tanto alimentarias y de vestimenta, ya que no poseen el poder adquisitivo suficiente para poder obtener todos sus componentes.

b.2.3.2 CONSUMO DE LA CANASTA BÁSICA

Según el Banco Central de Nicaragua (2019) afirma que “Como sabemos la canasta básica cuenta con 53 productos consumidos por las familias pero en esta investigación haremos énfasis en el consumo de la ropa representada en la canasta básica, el grupo de Vestuario, que representó el 12.3 por ciento del valor de la Canasta, mostró un aumento de 11.05 córdobas respecto al mes anterior, debido principalmente por el alza del valor de consumo de zapato de cuero sintético para niños y niñas menores de 10 años (C\$4.93) y zapato de cuero natural para hombres y niños mayores de 10 años (C\$3.79), además del aumento en el traje completo para

niños y niñas menores de 10 años (C\$2.00). No obstante, se registró disminución en el valor de consumo de vestido para mujeres y niñas mayores de 10 años (-C\$1.06), entre otros.” (pág. 1)

Cuando hablamos de canasta básica nos referimos a la adquisición de productos utilizados para el consumo de la familia, que ayuda a saciar las necesidades de los individuos en la sociedad, estas necesidades van desde productos de consumo diario hasta la vestimenta y de cuidados de la salud. Más de una docena de productos de la canasta básica nicaragüenses mantienen su precio en los diferentes mercados capitalinos.

El porcentaje del vestuario en la canasta básica, es uno de baja pero más sin embargo no todas las personas destinan ese porcentaje de sus ingresos reales al consumo de ropa nueva, ya sea por sus precios elevados o por el salario que devengan, de tal manera que la adquisición de ropa usada como alternativa viable para el consumo y así mismo una manera de ahorrar. En si el consumo de ropa usada no está representada de manera porcentual en la canasta básica, pero al ver la necesidad de las personas de este producto, por su alta demanda es un producto de interés al momento de adquirir vestimenta y así mismo se puede saciar las necesidades de los individuos los cuales tienen una aceptación de gran importancia de estas prendas tanto por sus características en relación a su precio, ya que es el que más se adecua a sus ingresos.

b.2.4 PREFERENCIAS

Cuando hablamos del término ropa usada, se hace referencia a todas aquellas piezas que se le da otra oportunidad de uso, mediante la comercialización en tiendas de segunda mano, estas prendas tienen clasificaciones, que se da como resultado del estado del que se encuentran estas piezas y de esta manera es un amplio factor que contribuye al precio de la misma... (Aguilar, 2020, pág. 1)

Según las personas estudiadas más del 40% presentan una gran aceptación por la ropa usada, ya sea por su calidad, precio o marcas de las prendas, las cuales les parece idóneas al momento de realizar compras de prendas de vestir.

b.2.4.1 PRENDAS TIPO A (MANIQUÍ)

“Son aquellas piezas que se encuentran en mejor estado y son exhibidas en estante para que las personas que entren a la tienda sea lo primero que vean y de esta manera se venda, estas piezas tienen un precio mayor ya sea por la marca o por las condiciones que se encuentra.”... (Aguilar, 2020, pág. 1)

Así mismo, la mayoría de las personas estudiadas poseen gran aceptación al momento de ver y comprar este tipo de prendas, ya que las ven de buena calidad y las condiciones en las que se presentan estas prendas son de buen estado.

b.2.4.2 PRENDAS TIPO B (PERCHA)

“Son aquellas piezas que poseen una o más defectos de fábrica pero de igual manera tienen condiciones óptimas para su comercialización, aunque no están de primeras a la vista de los clientes.”... (Aguilar, 2020, pág. 1)

Una tendencia que estaba arraigada solo en los jóvenes y personas adultas consumidoras de ropa usada, es que buscan en la ropa usada las prendas para destacar y diferenciar por marcas de precios más elevados del que poseen es estos comercios siendo este tipo de prendas la que más siendo empática al momento de adquirir, ya sea por la calidad de las prendas en relación al precio que poseen.

b.2.4.3 PRENDAS TIPO C (CAJONES)

“Las prendas tipo “C”, Son todas aquellas prendas que ya están en condiciones desfavorables para su comercialización y las ubican en grandes cajones para que la gente busque algo que pueda servir, todos estos por precios súper económicos.”... (Aguilar, 2020, pág. 1)

Por consiguiente estas prendas aunque en menor cantidad posee aceptación, ya que sus condiciones no son las mejores y el estilo que al momento de comprar es

un punto de referencia no es el mejor, pero según los encuestados ellos a veces le dan una segunda vida útil no como las anteriores pero se puede según sea la necesidad del individuo.

b.3 CAMBIOS EN EL PODER ADQUISITIVO A TRAVÉS DE LA ROPA USADA

b.3.1 PODER ADQUISITIVO

Según los autores Aguirre, Garcia, & Montoya (2017) en el poder adquisitivo “Los bajos salarios mínimos del sector formal limitan el poder adquisitivo de la fuerza trabajadora para satisfacer las necesidades básicas, reduciendo sus posibilidades de alcanzar un mayor nivel de vida y prosperidad. Si bien es cierto el ingreso es el que determina el consumo, gran parte de los nicaragüenses “con el salario que reciben” no pueden satisfacer en un 100% sus necesidades básicas debido a los bajos salarios vs las alzas en los precios de los productos de primera necesidad, lo que dificulta y reduce el poder adquisitivo de la canasta básica. El poder adquisitivo en Nicaragua se diferencia al ver que los bajo salarios repercuten a la hora de comprar productos. El salario real promedio nacional actual ha retrocedido a niveles de 11 años atrás. (pág. 31)

Es justo decir, el poder adquisitivo en Nicaragua se ve reducido principalmente en personas que reciben el salario mínimo, lo que reduce la calidad de vida de las familias al tener un poder de compra bajo. El precio de los productos de la canasta básica es elevado con respecto al salario mínimo por lo tanto no se logra satisfacer completamente sus necesidades lo que genera a un retroceso en la economía de los trabajadores que lo reciben con respecto a años anteriores.

En realidad, al comprar Ropa de segunda mano el poder adquisitivo de las familias aumenta, ya que al comprar ropa usada la cual es más barata se puede invertir una mayor cantidad de dinero en otras necesidades lo cual mejora el poder de compra respecto al salario que se recibe.

b.3.1.1 IPC

Según el INEC (2006) El Índice de Precios al Consumidor (IPC) “Mide la evolución de los precios de una canasta de bienes y servicios representativa del patrón de consumo de los habitantes de un área geográfica específica. Es utilizado en diversos aspectos en los sectores económico, social y jurídico. En el campo económico para el planteamiento de metas y políticas monetarias, así como para evaluar el resultado de las mismas; en el campo social es utilizado como coeficiente de ajuste de las prestaciones sociales como salarios mínimos y pensiones, entre otros; y en el campo jurídico se emplea en el reajuste de contratos, por ejemplo, el de viviendas en alquiler. También es usado como indicador de la inflación porque, a pesar de no mostrar el cambio en el precio de todos los bienes y servicios que circulan en la economía, lo hace para los que se encuentran en la última fase de las transacciones económicas, e indirectamente refleja el cambio ocurrido en las etapas anteriores. (pág. 7)

En efecto, el índice de precios del consumidor ayuda a medir el cambio o las variaciones en los precios de los bienes y servicios que adquieren los consumidores, Sirve en diferentes sectores para hacer mediciones las cuales ayudan a plantear objetivos y políticas que regulen la economía de un país, también socialmente porque ayuda a relacionar los precios de los productos con respecto a los salarios mínimos a como también tiene relación con la inflación.

Al momento de evaluar el poder adquisitivo de las familias es necesario tener en cuenta el índice de precios del consumidor, ya que muestra la variación en los precios de los productos por ejemplo de la ropa si esta se encarece las personas ven como una alternativa el consumo de ropa usada que por lo general mantiene precios accesibles. La mayoría de las personas están de acuerdo en que la elevación del índice de precios al consumidor genera una pérdida en su poder adquisitivo.

b.3.1.2 PARIDAD DEL PODER ADQUISITIVO (PPA)

Según Kizirian (2019) afirma... La paridad del poder adquisitivo (PPA) “Es un indicador económico para comparar el nivel de vida entre distintos países, teniendo en cuenta el Producto Interno Bruto per cápita en términos del coste de vida en cada país. Cuando se quiere comparar el PIB de diferentes países es necesario compararlo en una moneda común ya que cada país mide su producto en su moneda local.” (pág. 1)

Es decir, con este indicador, una apreciación o depreciación de una moneda no cambiará la paridad del poder adquisitivo de un país, puesto que los habitantes de ese país reciben sus salarios y hacen sus compras en la misma moneda.

En realidad la paridad del poder adquisitivo ayuda a hacer una comparación de la calidad de vida entre países y por lo general la comparación se hace mediante la moneda de cada país. En algunos países en los cuales su moneda tiene mayor poder adquisitivo en comparación con la moneda de Nicaragua al momento de asistir a comprar ropa usada podrán adquirir más prendas.

b.3.1.3 INFLACIÓN

Según los autores Perez & Gardey (2009) El término inflación “Hace referencia a la acción y efecto de inflar. La utilización más habitual del concepto tiene un sentido económico: La inflación es, en este caso, la elevación sostenida de los precios que tiene efectos negativos para la economía de un país. Esto quiere decir que, con la inflación suben los precios de los bienes y servicios lo que genera una caída del poder adquisitivo.” (pág. 1)

Según Llach & Braun (2010) afirman... “La inflación como el aumento sostenido y generalizado en los precios de los bienes, por lo que es necesario que los precios de prácticamente todos los bienes suban para verificar la existencia de este fenómeno.” (pág. 397)

En efecto, la inflación trae efectos que dañan la economía de un país, al haber un aumento en los precios de los productos que se consumen el poder adquisitivo o poder de compra disminuye lo que genera una pérdida en el nivel económico de las familias las cuales tendrán que ajustarse a adquirir lo necesario.

Cuando hay inflación en los productos los precios aumentan y muchas familias tienen que pensar en distintas alternativas para comprar lo necesario, normalmente las familias para subsanar su necesidad de vestuario y al no tener suficiente dinero ante el fenómeno de la inflación lo que hacen es comprar en tiendas de ropa usada que siempre mantiene precios accesibles. La gran mayoría de los consumidores de ropa usada consideran que la inflación hace que haya una pérdida en su poder adquisitivo.

b.3.2 CONSUMO

Según Raffino (2019) el consumo es “En la economía, el consumo es la fase final del proceso económico, principalmente del proceso productivo, que es el momento en que un bien causa alguna utilidad a la persona consumidora, existen bienes y servicios que son directamente destruidos mediante la acción del consumo, mientras que en otros casos lo que sucede con estos es que su consumo solo consiste en una transformación parcial. (pág. 1)

“El consumo es el acto de utilizar el ingreso para la compra de bienes de consumo. Tales bienes de consumo son los que se adquieren las unidades familiares para su satisfacción inmediata. Estos son por ejemplo, las películas, los alimentos, la ropa y cosas similares.”... (Leroy, 1986, pág. 292)

Es decir, el consumo hace que las economías se mantengan en constante actividad, porque es parte de un proceso que genera dinamismo en la economía. Además, el consumo es un acto que realizamos todas las personas con el objetivo de satisfacer las necesidades, pero que depende del ingreso o dinero que se está dispuesto a pagar para comprar los bienes que se adquieren.

El consumo de ropa de segunda mano ha sido una actividad creciente debido a diversos factores como el precio, calidad y distintas marcas de ropa que se ofrece, lo que ha generado mejoras en la economía de las familias.

b.3.2.1 CIRCUNSTANCIAS ECONÓMICAS

Según Talavera (2017) afirma... La elección de los productos se ve muy

afectada por las circunstancias económicas que, a su vez, se encuentran determinadas por, los ingresos disponibles (nivel, estabilidad y temporalidad), los ahorros y recursos, el poder crediticio y la actitud sobre el ahorro frente al gasto. (pág. 29)

Es decir que Para adquirir productos en el mercado hay que tener en cuenta las circunstancias económicas ya que de esta depende lo que se puede comprar.

Por lo general las circunstancias económicas que influyen al momento de adquirir ropa usada son los ingresos que se perciben mensualmente, los créditos y el ahorro.

En realidad las circunstancias o situaciones económicas son un determinante a la hora de adquirir ropa usada en los negocios ubicados en el barrio Guanuca. Puesto que hay personas que mediante sus recursos económicos pueden adquirir cierta cantidad de ropa usada.

b.3.2.2 CONSUMIDORES SEGÚN ESTRATO SOCIAL

Según Talavera (2017) los consumidores según su estrato social “El negocio de la ropa usada sigue creciendo por la demanda que ha generado este comercio no distingue estratos o nivel social es decir que el consumo que estaba destinados a personas de escasos recursos también está siendo efectuado por personas de ingresos medios e inclusive por personas que tienen un ingreso alto. Vestidos, camisas, blusas, zapatos, juguetes, utensilios para el hogar e inclusive ropa interior, proveniente principalmente de Estados Unidos es lo que encontramos en las tiendas de ropa usadas.” (pág. 10)

Es decir, la adquisición de ropa de segunda mano es una alternativa que ha venido creciendo, y que ha tenido un alta demanda debido a la variedad de ropa que se encuentra en las tiendas, por ende las personas que compran ropa usada no solamente son personas con ingresos bajos si no personas de las distintas clases sociales, ya que la ropa usada genera satisfacción debido al precio, marcas y calidad que estas ofrecen.

En los negocios de ropa usada ubicados en el sector del barrio Guanuca ya sean negocios grandes o pequeños asisten personas de toda clase social, debido a que personas que están en la clasificación de clase alta, baja o media consumen ropa variada que tiene precios favorables, esto quiere decir que esta ropa no solamente está destinada para personas con bajo nivel económico, sino que es adquirida por personas con un alto nivel de ingresos.

b.3.3 PRECIO

Según Kotler & Armstrong (2007)... El precio es “La expresión de valor que tiene un producto servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. En el sentido más estricto, un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. Históricamente, el precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores. Sin embargo, en décadas recientes, otros factores se han vuelto más importantes en el comportamiento de la decisión de compra.” (pág. 309)

Entonces, el precio es el valor que el comprador paga a cambio de los beneficios o utilidades que generan el bien o servicio que adquiere, y este valor se expresa en términos de dinero a la hora de pagar. Y a través de los años ha sido determinante a la hora de la elección del producto.

Al momento de establecer el precio para los vendedores de ropa de segunda mano tienen que ver diversos factores como: el precio de la competencia, la calidad de la ropa ya sea de excelente, buena o mala calidad, las ganancias que se estiman, el precio de las pacas entre otros. Estos precios tienen que ser accesibles para los compradores que asisten a sus negocios y así se puedan vender las prendas frecuentemente.

b.3.3.1 COMPETENCIA

Según Talavera (2017) afirma... “La empresa necesita averiguar el precio y la calidad de la oferta de cada competidor. Según la situación competitiva en la que se encuentre la empresa, esta tendrá mayor o menor capacidad para modificar sus precios. En situaciones de monopolio, la empresa puede fijar el precio óptimo (maximización del beneficio o cualquier otro objetivo), pero en situaciones de mayor competencia, disminuye la capacidad para fijar el precio que permite alcanzar los objetivos previstos.” (pág. 39)

Es por ello, que en la competencia, si la oferta de la empresa es similar a la de su principal competidor, tendrá que fijar un precio similar al de este o de lo contrario perderá ventas. Si la oferta de la empresa es inferior, esta no deberá cargar más que el precio de la competencia. Si por el contrario, la oferta es superior, la empresa tendrá que fijar un precio mayor que el de la competencia. Debe estar al tanto, sin embargo, de que los competidores no alteren sus precios como respuestas a modificaciones que ella introduce. Básicamente, la empresa utilizará un precio para posicionar su oferta al mismo nivel que la competencia.

Por lo tanto, en nuestra economía actual existe una gran competencia con base en el precio. Las empresas participan en la competencia basada en el precio, al ofrecer con regularidad los precios más bajos posibles. Es importante que la empresa esté informada sobre los precios de los productos de la competencia, ya que así estará al tanto de la capacidad que tiene para establecer el precio de sus productos o servicios. Aunque su capacidad para establecer el precio estará dada según el poder que tenga en el mercado. Las empresas establecen precios en dependencia del precio de sus competidores ya sean empresas de mayor, igual o menor competencia.

b.3.3.2 CALIDAD DEL PRODUCTO

Según Hartmann (2005) en la calidad del producto “La implicación más importante sobre la calidad de la ropa que se compra, está dada en que la mayor parte del establecimiento de ropa usada es de primera calidad, es decir ropa con

mejor grado de conservación que en muchos de los casos puede ser ropa nueva o fuera de temporada que ha sido desechada en los países de origen.” (pág. 32)

Así pues, se define la calidad del producto como toda aquella prenda y objeto que este en buen estado, y que sea duradero, es decir lo mejor en su sector.

La calidad de la ropa usada que se ofrece en los negocios ubicados en el sector de barrio Guanuca principalmente es de calidad regular, o sea ropa que no esta excelente estado pero aún tiene las condiciones para ser reutilizada.

b.3.4 EMPLEO

Según Merino & Perez (2012) el concepto de empleo “Se le atribuye más de un significado. Desde una perspectiva, puede entenderse como la acción y el efecto de generar trabajo y ofrecer puestos laborales. Como sabrán, emplear es un verbo que hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo (ya sea, solicitándole un servicio o contratándolo para una determinada función remunerada), invertir dinero en una compra o, simplemente, utilizar algo. Por otra parte, el vocablo se usa para mencionar una ocupación u oficio. En ese sentido, se lo suele aprovechar como sinónimo de trabajo.” (pág. 1)

Es por ello, que el empleo es de gran importancia para incrementar la economía de los países, mientras más crece mejor calidad de vida existirá, por lo tanto, mayor crecimiento económico. Para que este siga en aumento depende del desarrollo económico sostenido, situación que es difícil alcanzar porque se requiere de condiciones que el mercado no posee.

Cabe destacar que las tiendas de ropa usada ubicadas en el sector del barrio guanuca han contribuido a la generación de empleo, siendo un barrio muy frecuentado por la población, y la apertura de los negocios ha incrementado, de manera que este sector contribuye positivamente en la economía de varias personas.

b.3.4.1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Según el INIDE (2013) la PEA es “También se le llama fuerza Laboral y está compuesta por personas en edad de trabajar que durante el periodo de referencia participaron en la producción de bienes y servicios económicos, o aquellos que no están trabajando por no tener empleo, pero que buscan activamente y están disponibles para comenzar a trabajar.” (pág. 80)

Es decir, la población económicamente activa hace referencia a las personas que se han integrado al mercado laboral ósea que tienen alguna ocupación o que sin tenerla están buscando constantemente.

Un alto porcentaje de personas consideran que el incremento de negocios de ropa de segunda mano ha generado aumento en la población económicamente activa ya que es una actividad que genera puestos de trabajo que mayormente son en tiendas, y almacenes que venden la ropa por pacas.

b.3.4.2 TASA DE DESEMPLEO

Según Caurin (2019) afirma... “La tasa de desempleo es un indicador que nos muestra el número de personas de un territorio concreto que se encuentra en situación de paro. Este dato se expresa en forma de porcentaje y es fundamental para valorar la situación económica de un país, ya que nos ofrece una visión general de cuál es el número de personas que no poseen un trabajo al que dedicarse. Sin embargo, debemos tener en cuenta que es posible tener una tasa de desempleo baja pero que el empleo sea precario, ya que no describiría la situación real de las personas que viven en ese país.” (pág. 1)

Por lo tanto, la tasa de desempleo ayuda a medir la situación económica de un determinado país, ya que muestra la cantidad de personas que se encuentran sin trabajo. Mientras más elevada se encuentre la tasa de desempleo más difícil está la situación económica, al contrario si esta disminuida quiere decir que el país tiene una economía estable. Es evidente que las tasas de desempleo altas son una señal de que la economía de un país no se encuentra en su mejor momento, mientras que las tasas de desempleo bajas suelen ser efecto la buena coyuntura económica.

En su mayoría las personas piensan que el comercio de la ropa usada ha ayudado a disminuir la tasa de desempleo, porque es una fuente de empleo para una gran cantidad de familias, por lo tanto su situación económica ha mejorado.

2.2 HIPÓTESIS

La venta de Ropa Usada ha incidido de manera positiva en el ingreso real tanto de los comerciantes como de los consumidores del sector del Barrio Guanuca, de la Ciudad de Matagalpa I Semestre 2020.

CAPÍTULO III

Con respecto al siguiente capítulo, manifiesta de una manera específica el diseño metodológico que se abordaron en esta investigación, con la intención de mostrar a de interpretación del tema abordado que se basa en lineamientos claves de los conductos beneficiosos de modelos creativos de trabajos de la modalidad de graduación.

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

Según Bernal (2016) es un método que tiene que ver con la metodología, aunque esta se entiende desde dos perspectivas, como parte de la lógica que se ocupa del estudio de los técnicas y como el conjunto de aspectos operativos del proceso de investigación, es desde esta segunda perspectiva como se utiliza el concepto de metodología. (pág. 96)

3.1.1 TIPO DE ENFOQUE

Enfoque cuantitativo con uso de técnicas cualitativas

“El enfoque cuantitativo, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 75)

Así mismo la investigación presenta estudios cuantitativos, ya que se hace el análisis e interpretación de números y de la información por las personas de interés para el estudio, con la finalidad de analizar y comprobar los datos, y de este manera dar respuestas a las preguntas que den contestación a las incógnitas que se presentan en el trabajo todo esto de manera porcentual.

Con relación al enfoque cuantitativo y la incidencia económica de la ropa usada en las familias, se pretende estudiar tanto porcentual y numérica la relación que tienen entre ellas y así dar a conocer información que es de importancia para el desarrollo y

la conclusión del estudio de este sector comercial, es por esto que la investigación al ser de enfoque cuantitativo presenta técnicas cualitativas.

Técnicas cualitativas

Según Bernal (2016) ... “El enfoque cualitativo es la que parte del supuesto de que el mundo social está constituido de significados y símbolos compartidos de manera intersubjetiva, razón por la cual su objetivo es la comprensión de esos significados y símbolos intersubjetivos tal como son expresados por las personas, es decir que busca comprender la naturaleza de las diferentes realidades sociales y su estructura dinámica como fundamento de su comportamiento. (pág. 74)

Por otra parte la investigación cualitativa nos refiere a todos los datos recopilados que aportan las personas de intereses para el estudio, datos del comportamiento y de las cualidades de los que consumen el producto a estudiar.

En el estudio de esta investigación posee la característica de enfoque cualitativo, ya que mediante la aplicación de las encuestas y entrevista se logra conocer el comportamiento de las personas involucradas en la adquisición y comercialización de la ropa usada. Siendo esta una técnica que complementa el enfoque cuantitativo de la investigación.

3.1.2 TIPO DE ESTUDIO

Descriptivo

Según Valinda (2004)... “el estudio descriptivo tiene mayor nivel de profundidad que el explorativo, se inicia el establecimiento de la relación entre factores que pueden estar influyendo pero no determinar al fenómeno que se estudia. (pág. 7)

De igual manera los estudios descriptivos están dirigidos a determinar cómo se encuentra la situación en relación a las variables o estudio de una población de estudio, dando a conocer o así mismo describiendo en si el entorno de lo que se estudia y donde se estudia para un entendimiento más amplio de toda la información que se va a estudiar.

En la presenta investigación se pretende describir todos los aspectos que conlleva el estudios de las variables de intereses y de igual manera interpretar toda la información recopilada por las personas y situaciones de estudio.

Transversal

Según López (2008) el estudio de corte transversal se refiere al abordaje del fenómeno en un momento o periodo de tiempo determinado, puede ser un tiempo presente o pasado, caracterizándose por no realizar un abordaje del fenómeno en seguimiento a partir de su desarrollo o evolución. (págs. 84-85)

Así mismo se entiende que el corte transversal es aquel se presenta un lapso de tiempo determinado en el cual se estudiara todo los aspectos relacionados a la investigación.

Por consiguiente esta investigación posee la característica de corte transversal ya que posee un espacio de tiempo determinado en el cual se toma de referencia para la realización de este estudio, siendo este el 1° semestre del año 2020.

3.1.3 POBLACIÓN

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 174)

Se puede afirmar, que la población es por lo tanto el conjunto de habitantes de un determinado lugar que comparten ciertas características notorias en un momento determinado.

Al no tener un dato específico sobre la cantidad de habitantes del barrio Guanuca se llegó a la conclusión de realizar aleatoriamente encuestas y entrevistas a una cantidad establecida de consumidores y propietarios de negocios de ropa usada.

3.1.3.1 MUESTRA

Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014) aseguran que “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de

elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (pág. 175)

La muestra es una parte representativa que se selecciona para estudiar a una parte de la población y sirve para realizar estudios en los cuales se obtendrán resultados factibles.

La muestra en relación al trabajo estudiado al no tener un dato específico y al no brindarnos la información solicitada por parte de la alcaldía, se llegó a la conclusión que sería viable trabajar con 30 encuestas a los consumidores y 6 entrevistas a los comerciantes.

3.1.3.2 TIPO DE MUESTREO MUESTREO ALEATORIO SIMPLE

“Muestra seleccionada de manera que cada elemento o individuo de la población tenga las mismas posibilidades de que se le incluya.” (Lind, Marchal, & Wathen, 2012, pág. 267)

Se puede afirmar, que el muestreo aleatorio simple es una técnica que se refiere a que todos los individuos de una población tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

Es aleatorio simple porque a la hora de realizar las encuestas y entrevistas no distinguimos la edad, sexo entre otras características y la elección que se hizo fue realizada al azar, se escogieron los clientes que compran en las tiendas de ropa usada del barrio Guanuca de la ciudad de Matagalpa.

3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Se aplicaron encuestas y entrevistas para la recolección de los datos requeridos para el análisis del efecto económico que ha causado el comercio de la ropa usada en el poder adquisitivo en el sector del barrio guanuca de la ciudad de Matagalpa.

De acuerdo a Hernandez (2003) estos son algunas técnicas y herramientas que se pueden utilizar en el momento de una investigación para el proceso de recopilación de datos:

- “La encuesta es un instrumento estructurado para la recopilación de la información que corresponda a un problema de la investigación.” (pág. 46)

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación, la cual consiste en una serie de preguntas dirigidas a un grupo de personas previamente seleccionadas y estas ayudan a que el investigador recopile datos para el análisis de determinado tema en cuestión.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó esta herramienta para poder determinar y valorar el efecto económico en el ingreso real, aplicándose a los consumidores de ropa usada.

- “La entrevista consiste en un instrumento con preguntas generalmente abiertas sobre las principales variables del tema de investigación.” (pág. 47)

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas el entrevistador interroga y el que contesta es el entrevistado, en la entrevista solo existe un tema de interés, que es el causal de que se desarrolle la entrevista.

En el proceso investigativo se aplicó una entrevista estructurada a los comerciantes de ropa usada en el sector del barrio guanuca de la ciudad de Matagalpa en donde se les preguntaron aspectos relacionados con el funcionar de sus negocios.

3.1.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

En esta fase de la investigación, la información presentada se basa en el resultado de la aplicación de los métodos teóricos y empíricos. La recogida de información es un trabajo que se va haciendo de manera conjunta con el análisis de la información, son procesos complementarios, continuos, simultáneos e interactivos más que secuenciales.

3.1.5.1 MÉTODOS TEÓRICOS

Según Bernal (2010), señala... “La importancia del método teórico en investigación, por que tiene como función básica servir de fundamento teórico de las investigaciones científicas.” (p.125).

Asi mismo, la investigación bibliográfica y documental son las que aportan conocimientos en base a otros investigadores que han abordado la parte de la tematica habordada en esta investigacion.

En nuestra investigacion nos basamos en este metodo teorico e historico por que es el principal motor para iniciar cualquier tipo de investigacion.

3.1.5.2 MÉTODO CIENTÍFICO

“El método Científico se refiere al conjunto de procedimientos que, valiéndose de los instrumentos o técnicas necesarias examina y soluciona un problema o conjunto de problemas de investigación.” (Bernal, 2016, pág. 71)

Se puede afirmar que, el método científico es una serie de pasos que permiten dar respuesta o nuevos conocimientos del estudio que se está realizando.

En la presente investigación se utilizó el método científico dado que se realizó un procedimiento en el cual se planteó el problema de investigación, se formuló una hipótesis, se analizó una serie de datos y se dieron conclusiones mediante ellos.

3.1.5.3 MÉTODO EMPÍRICO

“Los métodos de investigación empírica conllevan a una serie de procedimientos prácticos, permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto, que son accesibles a la contemplación sensorial.” (Cobas, Romeu, & Macias, 2010, pág. 8)

Este estudio se respaldó con información que se obtuvo de la aplicación del método empírico, por medio de la observación de las técnicas que recopilaron datos que se analizaron como entrevistas y encuestas.

3.1.5.2 MÉTODO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Según Calero & Picon (2004)... “El análisis de información es un proceso cíclico y sistemático, integrado en todas las fases del proceso de investigación.” (pág. 24)

Cabe resaltar que, el análisis de información es el proceso en el cual se decodifican los datos que contienen la información en la que se aplicaron las encuestas y entrevistas, esto con el fin de analizarlo dicha información y así obtener resultados.

Para el análisis de información se ha elaborado mediante la triangulación, siendo esta una estrategia del tipo de fuentes de datos la cual nos genero la información requerida para el análisis del tema, dependiendo de sus contextos.

3.1.6 VARIABLES

“Una variable es una cualidad, propiedad o características de las personas o cosas en estudio que puede ser enumerada o medida cuantitativamente y que varía de un sujeto a otro.” (Calero & Picon, 2004, pág. 41)

Las variables que han sido la parte fundamental de esta investigación son:

- Incidencia económica.
- Ingreso real.

CAPÍTULO IV

Con respecto al siguiente capítulo, se hace mención del análisis de los resultados obtenidos mediante la triangulación gracias a los instrumentos utilizados en esta investigación los cuales son las entrevistas y encuestas, de las cuales fueron aplicadas a los consumidores de ropa usada y a los comerciantes de ropa usada.

4.1 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 DESARROLLO DEL SECTOR DE LA VENTA DE ROPA USADA

En la parte norte de Matagalpa, se ubica el “titán comercial”, el barrio Guanuca, considerado como el corazón económico de la zona norte, establecimientos comerciales de todo tamaño y tipo desde farmacias, ferreterías, surtidoras, pulperías, tiendas de ropa nueva y usada; calzado etc., se encuentran en este populoso barrio, donde también se ubica el mercado norte y la terminal de buses intermunicipales. Lo cual todo este movimiento económico es importante para el desarrollo de la comercialización de la ropa usada.

Tabla 1: Datos generales de la ropa usada.

DESCRIPCION	PESO (LIBRAS)	CANTIDAD PIEZAS	PRECIO	CALIDAD
FLETE	1,300	800	C\$ 20,000.00	MIXTO
PACA	100	120	C\$ 7,800.00	PRIMERA
PACA	100	120	C\$ 5,000.00	SEGUNDA

Fuente: fuente propia en base a entrevista aplicada, 2020

En base a los datos anteriores, según los comerciantes indican que en su mayoría tienen ganancias de hasta el 50%, esto si logran vender todos los artículos obtenidos de las diferentes pacas, ya que las prendas vienen de estilos diversos por lo cual no todas estas piezas logran venderse, siendo el caso de las pacas de menor categoría que tienden a salir deterioradas y esto no es del agrado de sus compradores, representando esto una merma en las ganancias de sus comerciantes.

A continuación se muestran una serie de gráficos, los cuales describen los resultados de las encuestas realizadas a los consumidores de ropa usada.

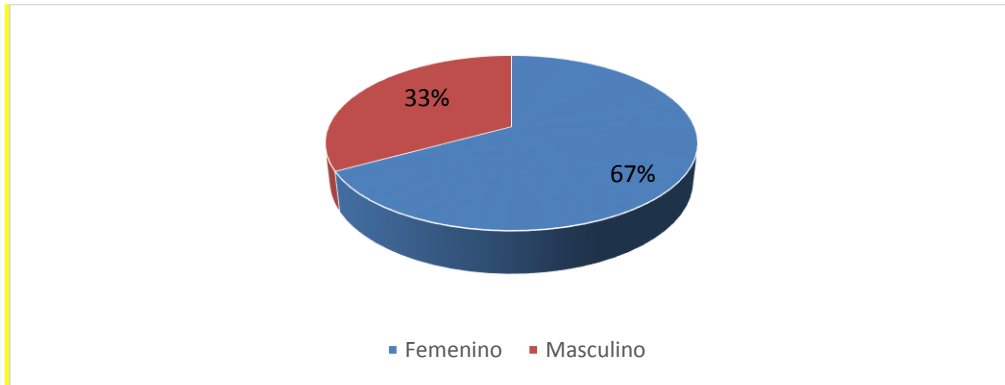


Gráfico 1. Sexo de los encuestados
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

Los resultados demográficos de un total de 30 personas encuestadas se obtuvo, mayor porcentaje de mujeres con un 67% en edades diferentes, esto es un indicador que nos lleva a conocer que el cliente potencial de este producto son las mujeres tanto del sector estudiado como de lugares aledaños, también se da a conocer que las mujeres son las que incitan al uso de la ropa usada en los hogares.

Tabla 2: Permanencia en el mercado de las tiendas de ropa usada.

TIENDAS	AÑOS
El jardín de Mary	2
kayless	4
Bendición	3
variedades las 3 B	1
Tienda informal	1 1/2
Angelitos	2

Fuente: fuente propia en base a entrevista aplicada, 2020

Cada dueño de los establecimientos entrevistados tiene diferentes años de estar en el mercado de ropa usada y al frente de sus negocios ofreciendo diferentes tipos de prendas a precios módicos y ropa de calidad que caiga al gusto de su clientela.

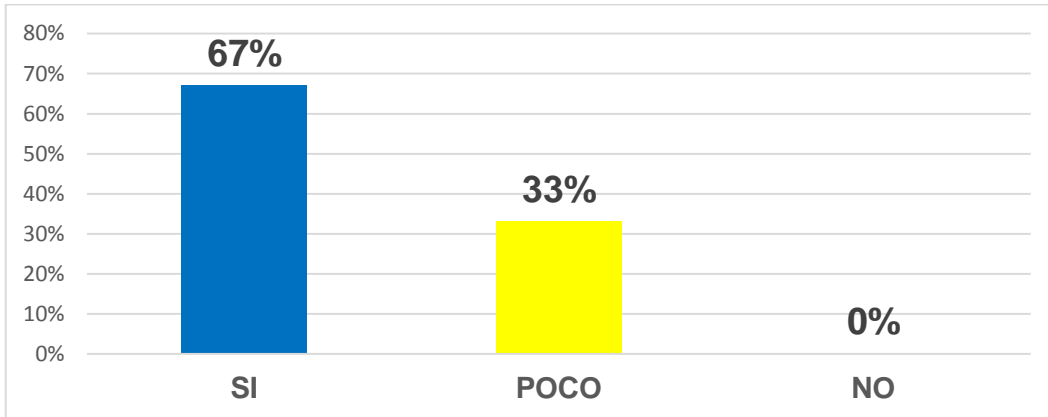


Grafico 2. Tiene el hábito de comprar ropa usada
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

El 67% de las personas encuestadas, compran ropa usada, esto nos da a entender que la venta de ropa de segunda tiene una gran aceptación entre la población del sector de Guanuca y sus alrededores, el 33% de la población restante o igual manera consumen pero en menor cantidad, esto nos lleva a entender que los comercios que se dedican a la comercialización de ropa usada ofrecen prendas de calidad, precios bajos todo esto con la finalidad de atraer más consumidores.

Aunque existen tiendas de ropa usada en toda la ciudad de Matagalpa, un punto de referencia al momento de comprar ropa de segunda es la zona de Guanuca, donde la concentración de la y población es elevada y donde el comerciante percibe que existe una demanda elevada de su producto.

En base a las entrevistas realizadas a los comerciantes, estos nos indican que obtienen sus pacas de proveedores diversos, los principales son de Managua y en algunos casos de Estelí.

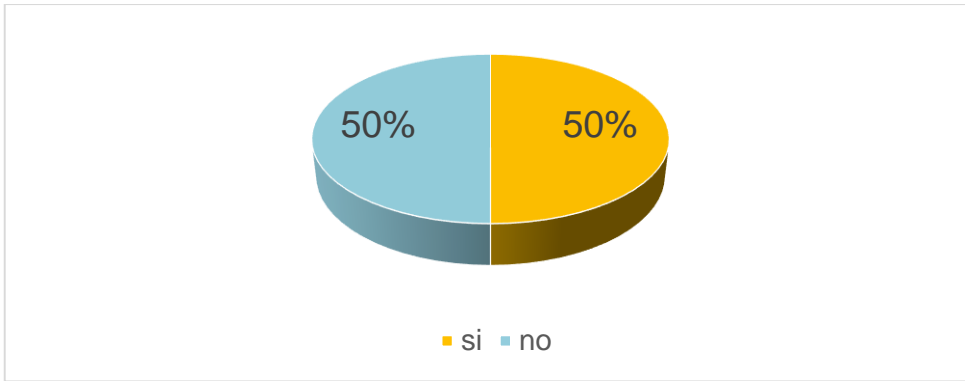


Gráfico 3. Rehúsa o recicla ropa
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

Según la encuesta más del 50% rehúsa la ropa argumentando que se le pueda dar una segunda vida útil no como prenda de vestir en sí, ya sea como paños de limpieza y demás cosas relacionadas a limpieza al hogar, el otro 50% dice que la recicla ya que la ropa que ya le queda o no le continua gustando ya sea por costumbre o por darle otra oportunidad a la ropa se le pasa a un familiar ya que aún presta las condiciones para ser utilizadas.

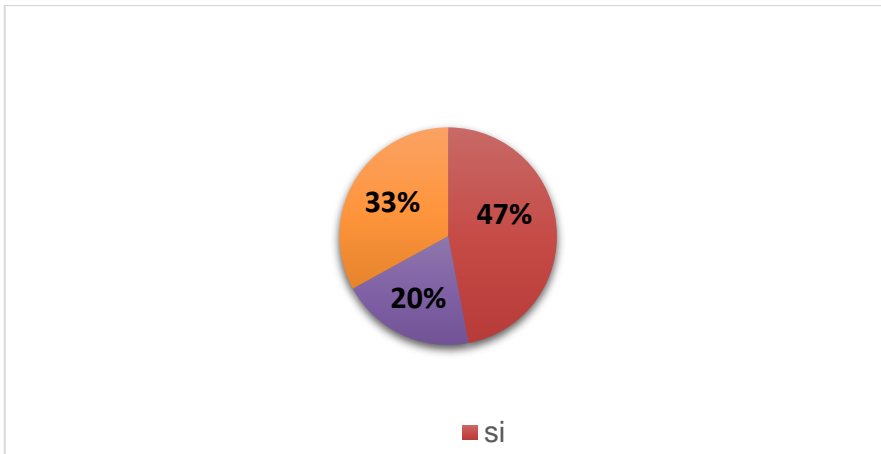


Gráfico 4. Esta a la moda gracias a la ropa usada
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

De acuerdo al desarrollo de la venta de ropa usada, en el caso de la moda el 33% dice que si logra estar a la moda en el momento que compran ropa usada ya que las prendas que traen en algunos casos son cosas que están de temporada al momento de comprarlas, el 20% dice que no logra estar a la moda ya que las prendas al momento de ser comercializadas aquí en Nicaragua, ya poseen cierto tiempo de

almacenamiento, en los cuales ya han cambiado temporadas y modas en donde proceden esas prendas y al momento de ser distribuidas en las tiendas ya poseen cierto tiempo de estar desfasadas. El 47% restante argumenta que rara vez encuentran piezas que estén de temporada aquí en Nicaragua pero creen que en ocasionadas las prendas que encuentran en esas tiendas consiguen el propósito de mantenerlos a la moda.

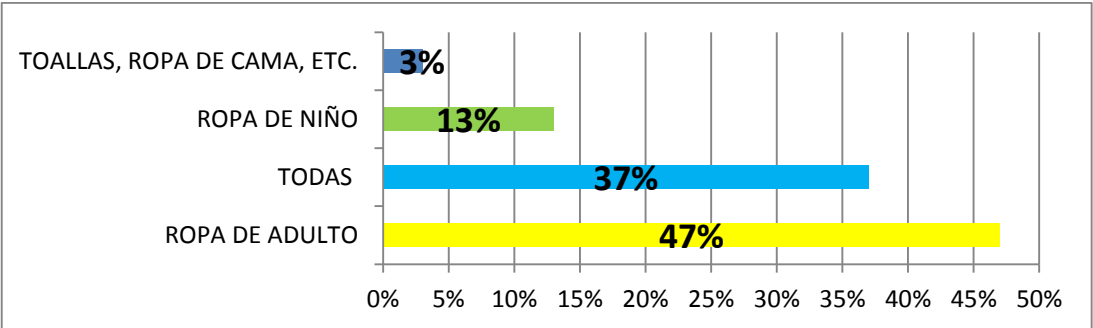


Grafico 5. Prendas que compra más
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

Las personas encuestadas manifestaron que el desarrollo del sector de ropa usada en cuanto a la compra la mayor demanda se encuentra en el 47% de ropa para adulto, un 13% compra ropa de niño, 3% compra otros artículos como cortinas, sábanas, toallas etc. El 37% restante argumenta que al momento de comprar no necesariamente llega por una prenda en específico.

Esto le permite a las tiendas de ropa usada conocer las preferencias en cuanto a las prendas que son más demandadas y así abastecer la tienda según sea la necesidad del consumidor.

En cuanto a los resultados de las entrevistas realizadas a los dueños de negocios, de la variedad de estas prendas las que venden más son: Blusas, vestidos, Ropa de niños. O bien prendas variadas.

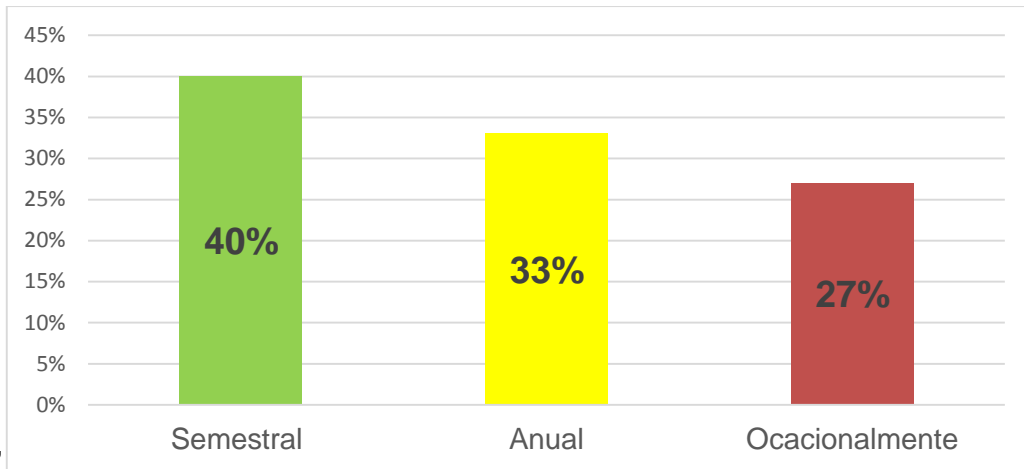


Grafico 6. Frecuencia de compra de ropa usada
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

Un 27 de las personas abordadas en las encuestas compran ropa usada de forma ocasional, 40% compra cada semestre y el 33% restante lo compra de manera anual.

Las personas que dicen que compran ocasionalmente son las que le dan a conocer a las tiendas las prendas que tienen demanda por la población, las personas que compran semestral o anual representan menos ingresos para las tiendas pero esto no significa que las ventas sean malas.

Así mismo, en las encuestas a los dueños de negocios en base a la frecuencia que sus clientes los visitan, se concluye que hay mucha afluencia por parte de estos y más cuando se habren nuevas pacas.

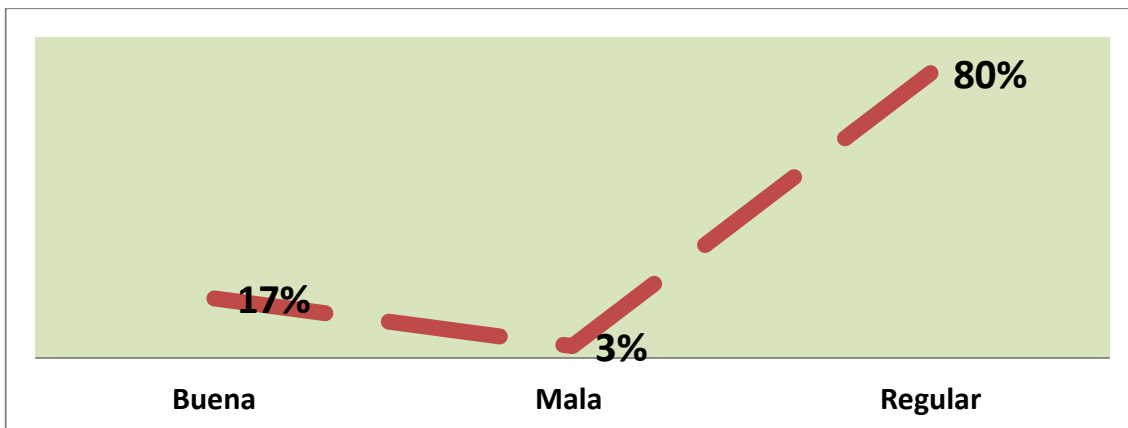


Grafico 7. Calidad de la ropa usada ofertada.
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

Según los datos obtenidos de la encuesta el 80% de las personas consideran que la calidad de la ropa usada que se ofrece en los negocios ubicados en el sector del barrio Guanuca es regular, el 17% considero que es buena, mientras tanto solamente el 3% dijo que es de mala calidad. A través de este resultado podemos darnos cuenta que las personas consideran que la calidad de la ropa usada que se oferta en el barrio Guanuca mayormente es regular o sea que se encuentra en un término medio lo que significa que nos es buena ni mala.

En base a las entrevistas realizadas a los diferentes negocios se llegó a la conclusión que el comercio de ropa usada es necesario porque se ofrece calidad a mejores precios en relación a los comercios de ropa nueva.

Por otra parte, considerando que este tipo de sector lleva bastante competitividad en el comercio según los entrevistados indican: al ser un sector con un crecimiento acelerado existen un alto nivel de competitividad, ya que estos artículos poseen un nivel de demanda que hay considerar, por tal motivo para destacar en el mercado han creado estrategias para llamar la atención de su clientela potencial, ya sea mejorando precios y comercializando prendas de calidad todo esto para la obtención de más clientes.

Tabla 3. Valoración del propietario de la tienda en relación a la comercialización de compra y venta de ropa usada

Tiendas	Opiniones	Análisis
El jardín de Mary	Interesante	En consecuencia a esto, para el 100% de los entrevistados consideran muy bueno dedicarse a este tipo de comercio, debido a que hay buena aceptación y es algo necesario lo cual la gente nunca dejara de consumir.
kayless	Buena	
Bendición	Rentable	
variedades las 3 B	Excelente	
Tienda informal	Muy buena	
Angelitos		

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista aplicada, 2020

4.1.2 MOTIVOS QUE INCIDEN A LOS CONSUMIDORES A COMPRAR ROPA USADA

El 100% de los encuestados refutan que ellos no tienen preferencias a lo que tiendas se refiere, ya que a donde ven prendas que sea de su agrado entran, no necesariamente se guían por donde las comercializan.

A su vez, en las entrevistas realizadas nos indican los comerciantes como valoran el comportamiento de compra de los consumidores de ropa usada según su estrato social, llegando a la conclusión de ser positivo ya que todas las clases sociales consumen ropa usada.

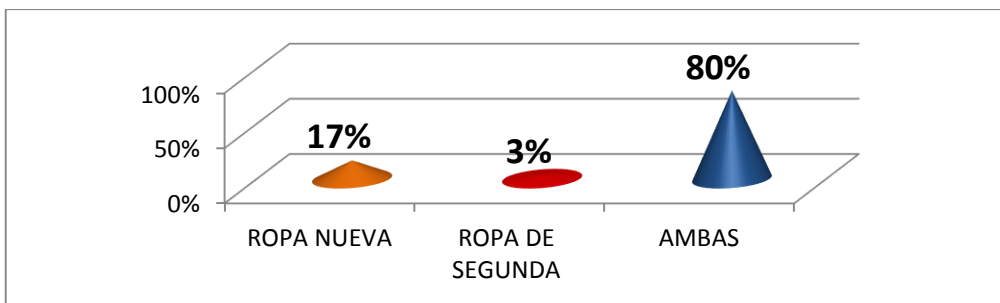


Gráfico 8. Prendas que prefiere consumir

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En el gráfico 8, se encontró que el 80% de la población en general desea o prefiere consumir ambos tipos de prendas, es decir, optan por la ropa nueva pero a la vez ven una buena opción en la ropa usada y también porque les agrada o se les hace una costumbre, por otro lado, el 17% de la población encuestada desea o prefiere consumir la ropa nueva, esto se debe a que la parte de la población consideran que la ropa nueva presenta una mejor calidad o mejor estado en comparación con la usada y solo el 3% de los encuestados opta más por la ropa usada porque ellos encuentran ropa de marca y de buena calidad en este sector, siempre y cuando escogiendo entre lo mejor. Significando esto que al adquirir ropa usada esto les permitiría a las familias tener ingresos para la satisfacción de otras necesidades básicas.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en base al porque consideran ofertar ropa usada y no ropa nueva los negocios entrevistados nos manifestaron lo siguiente:

- ✓ La ropa usada es favorable y tiene mayor aceptación por la población.
- ✓ No todos poseen los ingresos suficientes para solventar el costo de la ropa nueva.

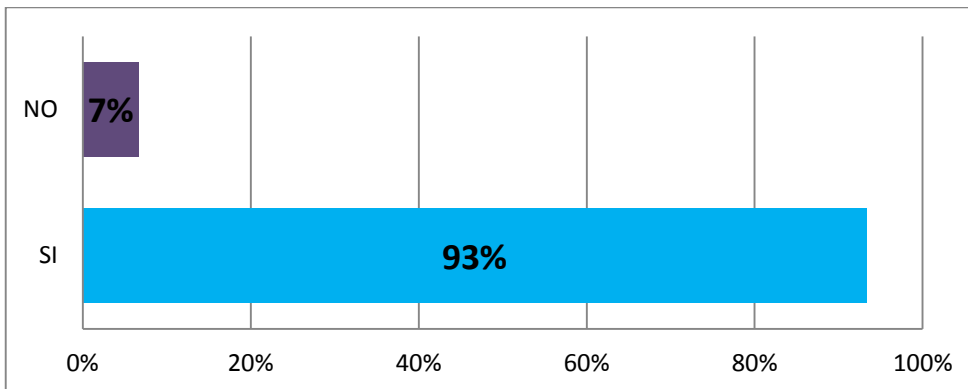


Gráfico 9. Aumento del px de la canasta básica afecta al momento de comprar ropa
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicada, 2020

En cuanto al incremento en el costo de la canasta básica en base a que si afecta al momento de comprar ropa, al 93% de los encuestados si les afecta porque estos no cuentan con un ingreso suficiente para cubrir todas las necesidades básicas y le dan prioridad a la alimentación y a los medicamentos. Así mismo el 7% de los encuestados no les afecta mucho ya que estos si cuentan con ingresos suficientes o bien no son compradores compulsivos por así decirlo de ropa.

Según la entrevista realizada a los comerciantes el precio de la canasta básica afecta directamente en la adquisición de ropa usada ya que la mayoría dijo que si afecta por razones diferentes y expresan como su prioridad la alimentación por encima de la vestimenta.

Por otra parte en las entrevistas, al subir los precios en la canasta básica, los comerciantes sienten menos afluencias de personas que compran ropa usada ya que

al subir los precios de los productos que integran la canasta básica, la gente llega menos a sus negocios prefiriendo otras necesidades.

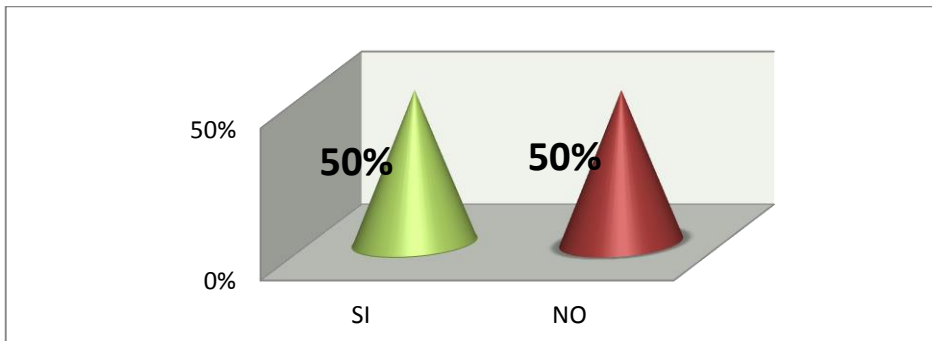


Gráfico 10. Adquiere lo necesario para vivir

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En este caso, observamos que el 50% de la población encuestada, en base a su salario logra adquirir lo necesario para vivir y el otro 50% restante de la población no cuentan con un salario adecuado con la canasta básica para cubrir todas sus necesidades.

En esta percepción, la mitad de la población considera que adquiere lo necesario para vivir en base a su salario porque no cuentan con una familia grande, es decir, que en su hogar son pocos los que habitan y es a pocas personas o en algunos casos solo es el sustento del mismo individuo y esto les ayuda a que logren, razón por la cual estos optan por la ropa de segunda por ser más barata.

En base a las entrevistas, los comerciantes creen que la ropa incide en la capacidad de compra de una persona en base a su salario debido a:

Al mismo salario devengado quincenal o mensualmente se compra lo necesario. Si incide porque al ser más barata o cara esto afectará mi decisión a la hora de comprar otros productos. Compran ropa de calidad a bajos precios y alguna facilidad de pago. Por ser accesible. Y porque ya no tienen necesidad de ir a las tiendas caras.

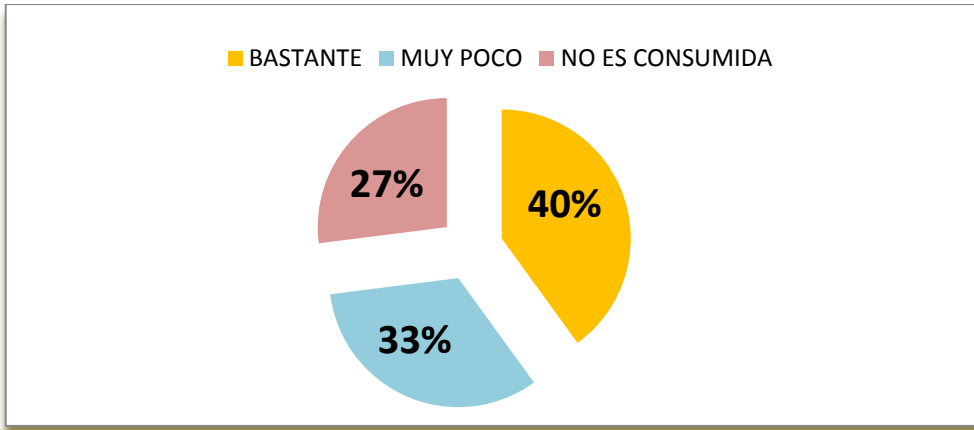


Grafico 11. La ropa usada es muy consumido dentro de la canasta básica
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En el grafico 11, nos muestra una serie de opciones, las cuales la población encuestada nos da su opinión sobre de qué manera considera que sea la ropa usada consumida dentro de la canasta básica. Ahora bien, el 40% opina por ser consumida significativamente, el 33% están de acuerdo en que este sector es poco consumido dentro de la misma, y solo el 27% no la considera que sea consumida dentro de la canasta básica.

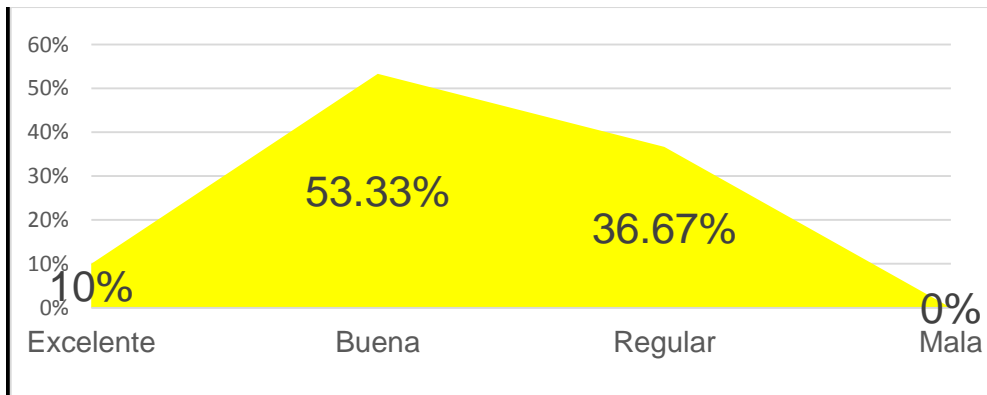


Grafico 12. Calidad de las prendas
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Según las personas encuestadas el 10% cree que las prendas son excelentes para el uso de las personas, el 53.33% presume que las prendas son buenas y que son aptas para la comercialización, el 36.67% siente que son regulares para estar a la venta.

Es decir que según los encuestados las prendas que venden ropa usada en Guanuca la calidad de sus prendas son de una buena calidad y por eso tienden a comprar en esto comercios.

Otro aspecto dentro de la entrevista a los comerciantes son las desventajas que consideran que tiene con el comercio de estas prendas como lo son: Algunas prendas salen deterioradas, presentando mala calidad. Cuando se compra una paca no toda la ropa es del agrado de los consumidores y estas por lo general se queda en estante. Cuando la paca trae ropa grande y por lo general esas prendas no son demandadas. La calidad de las pacas no es la que les ofrece.

A su vez, siguiendo el ámbito de las entrevistas en base a esto, por lo general los comerciantes ofrecen más la ropa de mejor calidad, aunque siempre consideran bueno tener variedad en sus artículos.

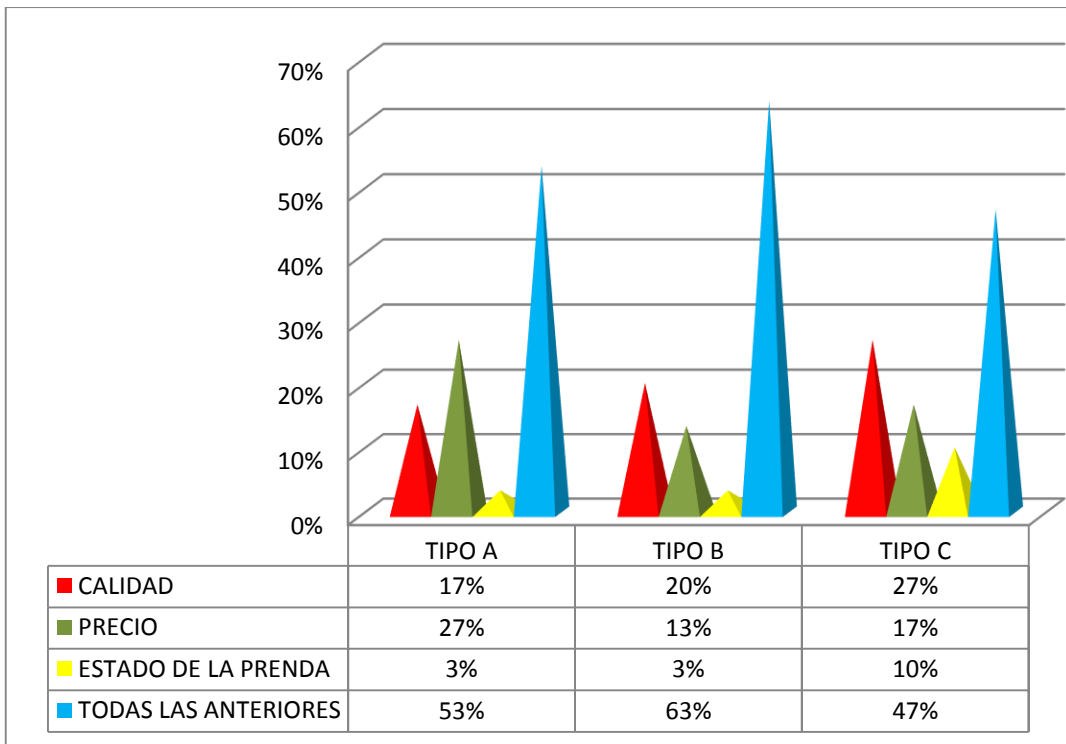


Grafico 13. Lo primero que ve al comprar ropa usada
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En esta grafica 22, se observa una serie de datos los cuales nos muestran resultados de los motivos de compra de los encuestados de acuerdo a los 3 tipos de prendas abarcadas en esta investigación, prendas tipo A, prendas tipo B y prendas tipo C. La cual indica una serie de opciones las cuales los compradores toman en cuenta para la compra de estas prendas.

En el caso de las prendas tipo A, estas se distinguen por ser las de mayor calidad por ejemplo las prendas que están casi nuevas. Las opciones antes presentadas son calidad, precio, estado de la prenda y como última opción esta todas las anteriores; teniendo como resultados: el 53% para todas las anteriores, el 27% optan por el precio, el 17% se basan en la calidad y solo el 3% se fijan en el estado de la prenda ya que se supone que estas están en buen estado.

Para las prendas tipo B, siendo estas las de un menor rango o bien menos calidad tenemos: el 63% se fijan en todas estas cualidades antes presentadas, el 20% se basa solo en la calidad, 13% se dirigen al precio y el 3% restante al estado de la prenda.

Y por último, el caso de las prendas tipo C, las cuales estas son las prendas más deterioradas tenemos: el 47% de los consumidores encuestados toman en cuenta todas las cualidades, el 27% se fijan en la calidad, el 17% en su precio y el 10% en su estado, por ser prendas más deterioradas.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los dueños de negocios nos indican que por lo general los factores que motivan a estos consumidores a sus compras es encontrar buena calidad y buen precio, a su vez, un local llamativo, con buena presentación los impulsa a comprar las diferentes prendas que se les ofrecen de manera innovadora.

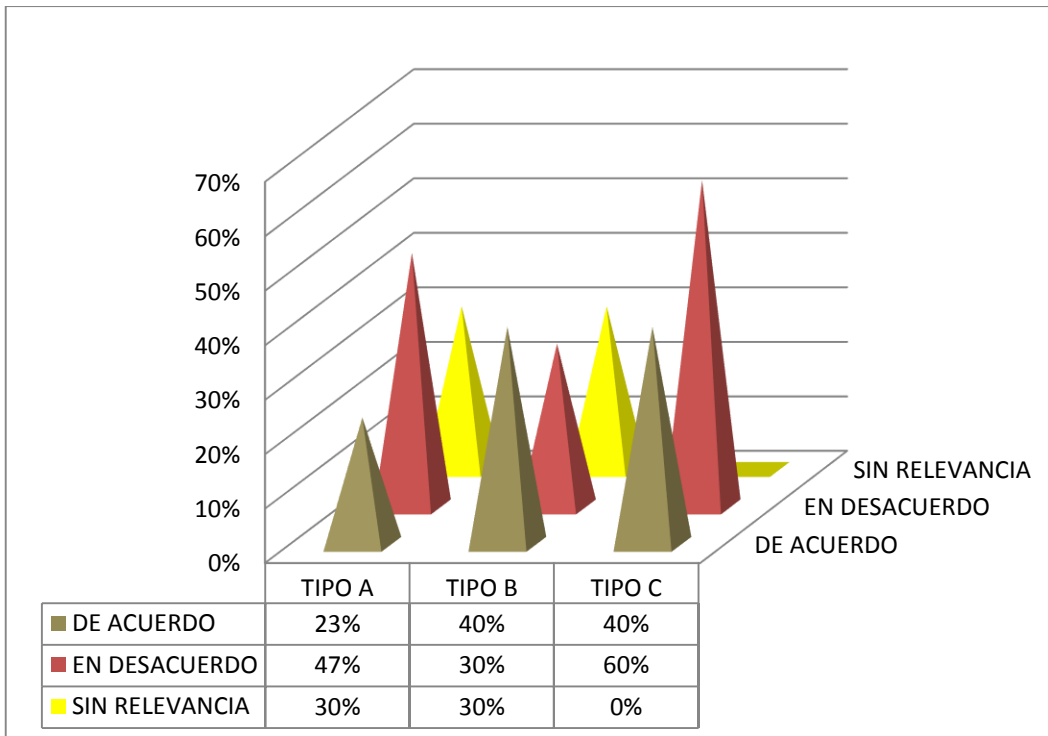


Grafico 14. Es adecuado el precio que se les da a estas prendas
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Anteriormente, se observa una serie de datos los cuales nos describen la opinión de la población acerca de que si consideran adecuado el precio que se les da a estos tipos de prendas. En base a los resultados tenemos:

En las prendas tipo A, el 47% está en desacuerdo a los precios, el 30% se reservó sus comentarios, y solo el 23% de los consumidores está de acuerdo a los precios.

En el caso del tipo B, el 40% está de acuerdo con el precio que se les da a estas prendas, y el 30% esta desacuerdo al igual el otro 30% que se reservó sus comentarios.

Y por último en el caso del tipo C, el mayor porcentaje se considera en desacuerdo siendo el 60%, y su restante el 40% está de acuerdo con el precio que se les da a estas prendas.

Argumentando gracias a las entrevistas en este enfoque tenemos que en el caso de todos los propietarios de estos negocios consideran que si son accesibles sus

precios, ya que estos son conscientes de la situación económica de la población y entonces buscan hacer buenas ofertas.

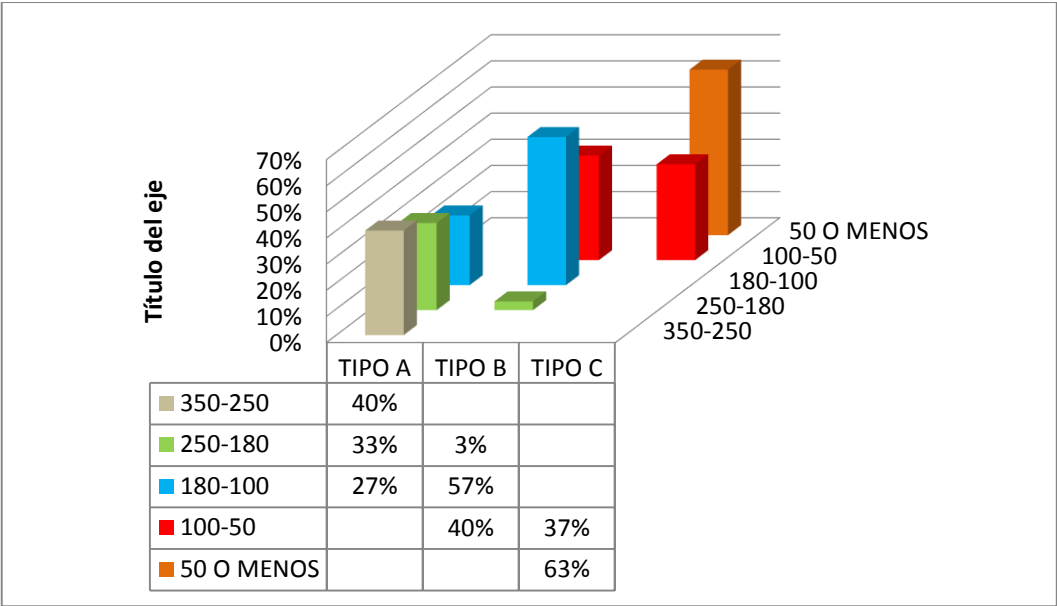


Grafico 15. Estaría dispuesto a pagar por estas prendas
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En este grafico se observa una serie de datos los cuales abarcan los precios que están dispuestos a pagar los consumidores en los diferentes tipos de prendas.

En el caso del tipo A tenemos: un 40% están dispuestos a pagar entre el rango de 350-250, el 33% entre 250-180 y el 27% pagaría 180-100.

Continuando con el tipo B, el mayor porcentaje 57% está dispuesto a pagar entre 180-100, el 40% dispone de pagar entre 100-50, y solo el 3% entre 250-180.

Y por último en el caso del tipo C, se estima que el 63% está dispuesto a pagar entre 50 o menos, y el 37% restante está de acuerdo en pagar entre 100-50.

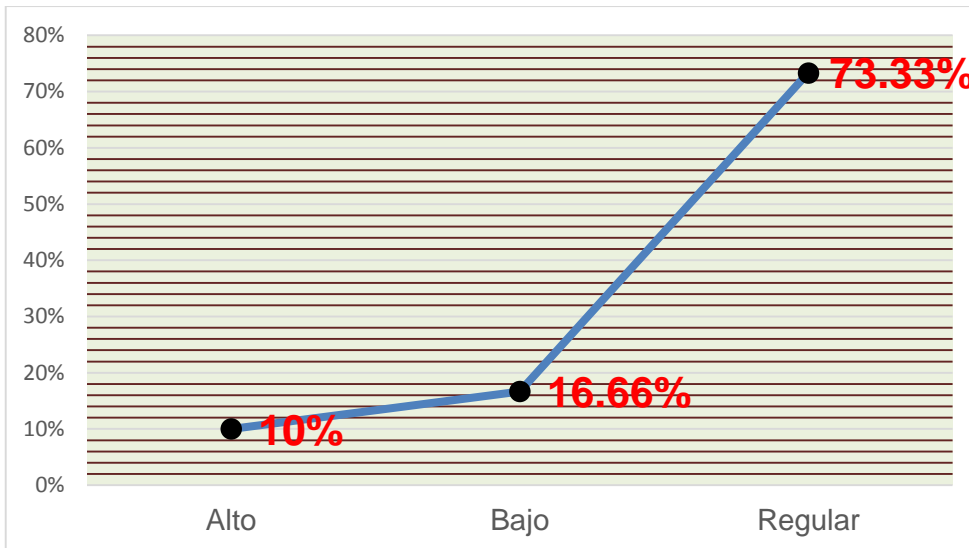


Grafico 16. Consideración de precio
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Según las personas encuestadas, el 10% de ellas cree que es son precios altos los que se les asigna a estas prendas, el 16.66% dice que los precios son bajos en comparación al producto que se les oferta, y el 73.33% restante cree que los precios asignados a este productos es regular.

De esta manera se da a conocer que las personas que consumen estas prendas no le toman gran relevancia al precio que se les da, ya que entra en el costo aceptable para ellos.

Desde el punto de vista de las entrevistas, es necesario fijar el precio de los productos de acuerdo al precio que establece la competencia. En base a esto los comerciantes opinan que:

Se debería de fijar un solo precio estable para ambas. Esto afecta a la hora de ponerle precio a una prenda. Hay que dar un precio justo sin explotar al cliente. Hay que ser consiente es mejor variar los precios. Depende, porque las pacas vienen por calidad, a lo mejor otros tienen precios más favorables pero yo tengo la mejor calidad.

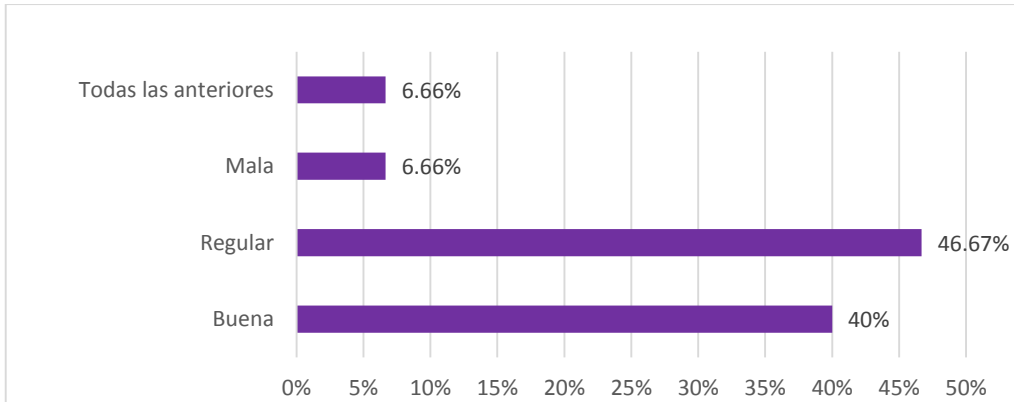


Grafico 17. Apreciación de la ropa de segunda mano
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En la grafica 17, según las personas encuestadas el 40% considera que las prendas de segunda poseen una buena calidad ya que la mayor se encuentran en buen estado y son de buen ver a su parecer, el 46.67% argumentan que al ser prendas posee algunas fallas o desgastes en su material, a sabiendas de que es la segunda oportunidad de vida útil que se les da, por lo tanto consideran que su estado es regular, el 6.66% delibera que la calidad de estas prendas son malas ya que rara vez encuentran prendas que estén bien en su totalidad, el otro 6.66% piensa que al ser ropa de segunda existen prendas de todo tipo y condiciones y pueden encontrar tanto buenas como en mal estado.

4.1.3 CAMBIOS EN EL PODER ADQUISITIVO

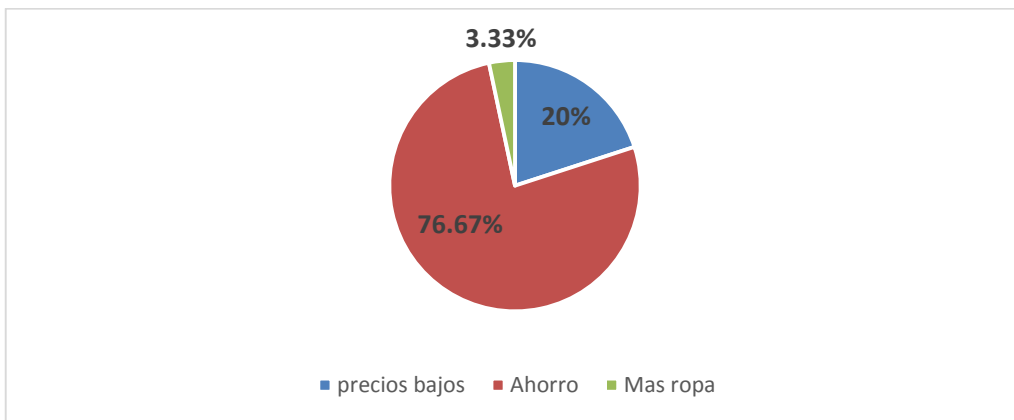


Grafico 18. Beneficios al comprar ropa usada
 Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Todas las personas buscamos algo que nos beneficie cuando queremos algo, ya sea querer más cosas o nos traen beneficios económicos, tal cual se observa en la gráfica que el 76.67% por la alternativa de ahorro que esta nos proporciona generando un mayor poder adquisitivo de compra, mientras que el 20% se le es atractivo los precios bajos, y el 3.33% es simplemente superficial los beneficios que se les favorecen.

Según los resultados de la entrevista aplicada a los comerciantes nos indican ventajas considera que tiene con el comercio de estas prendas entre las cuales están: el incremento en sus ganancias, que la población se logra vestir barato, la ventaja como minorista de ropa usada son los costos bajos y la buena calidad, el incremento de su comercio, y su vez se convierten en conocedores de marcas de acuerdo a la experiencia.

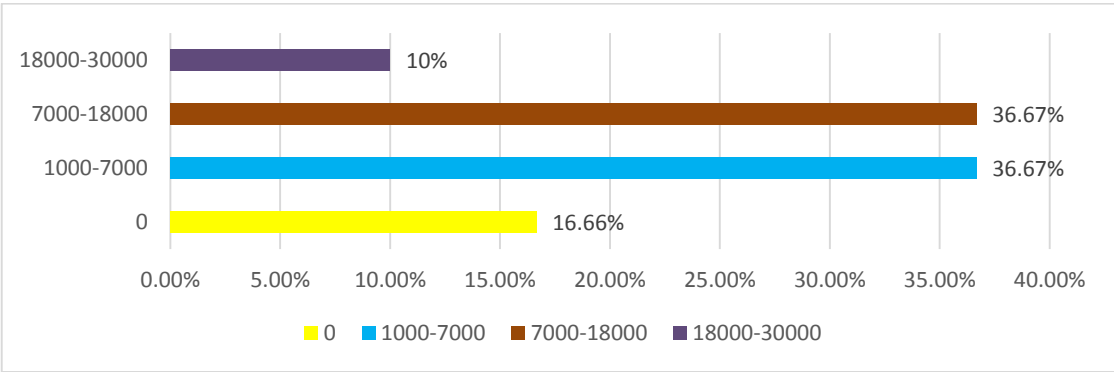


Gráfico 19. Ingresos
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En la gráfica 19, según las personas encuestadas el 36.67% cuentan con un salario en cual es favorable para la compra de ropa usada ya que con el salario devengado sus precios son aceptables, el otro 36.67% con unos ingresos más elevados pero de igual manera ven atractiva los precios que las prendas tienen en estos comercios, el 10% restante poseen un alto poder adquisitivo pero ven atrayente la ropa usada para saciar las necesidades de las familias.

Esto nos lleva a la conclusión de que las personas que tienen menores ingresos económicos toman mayor importancia al momento de consumir la ropa usada.

De acuerdo a entrevista realizada se concluyó que es necesario el comercio de ropa usada, ya que este negocio genera empleos y por ende mayores ingresos, tanto para los comerciantes como para los consumidores.

A su vez, siguiendo el enfoque de las entrevistas, los comerciantes nos expresan que si es beneficioso dedicarse a vender ropa usada, es ventajoso, porque antes ellos no tenían ese ingreso que la venta de ropa usada le deja. Sin embargo para algunos es poco factible, porque no todo el tiempo vende, ya que existen meses bajos y otros en los que se pueden recuperar.

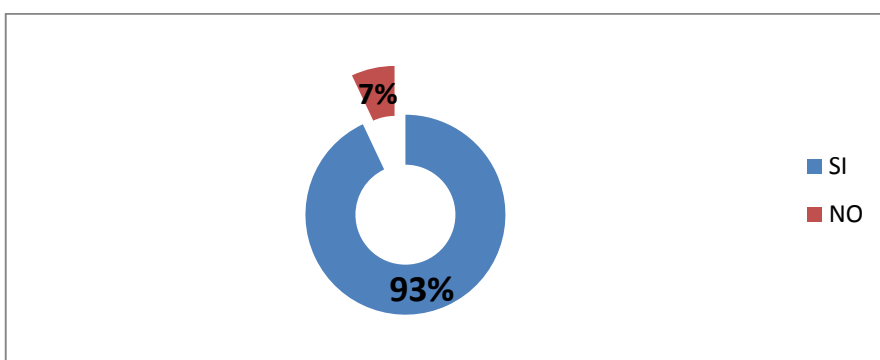


Grafico 20. La ropa usada es la más favorable con un salario mínimo.
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En base a esta pregunta, el 93% de los encuestados considera que la ropa usada es más favorable con un salario mínimo en comparación a adquirir ropa nueva, a su vez, solo el 7% de los encuestados no lo considera de esta manera, ya que según ellos en algunos casos la ropa usada está casi equitativamente hablando de precios a la ropa nueva.

Cabe resaltar, que en las entrevistas realizadas a dueños de una venta de ropa usada y la ropa forma parte de la canasta básica, no les beneficia el aumento de precio de la ropa usada porque al subir de precio y la población al contar con un salario mínimo les disminuye o reduce sus ventas lo cual les conlleva a pérdidas económicas.

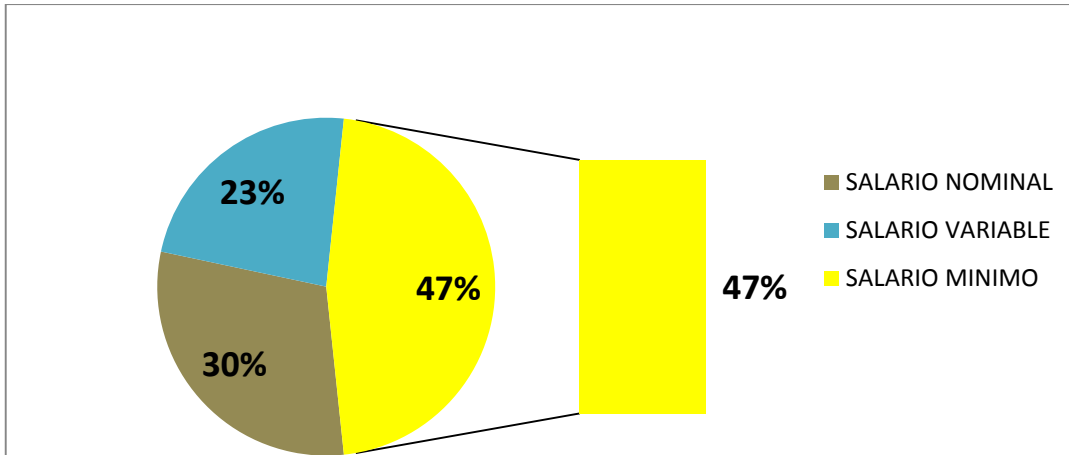


Grafico 21. Considera es su salario

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En el gráfico 21, debido a que el salario tiene que ver con el poder de compra se muestra una serie de opciones, las cuales se basan en el tipo de salario que cree la población que tiene. Con un 47% como resultado mayor en el que la población cuenta con un salario mínimo, debido a que no encuentran un trabajo adecuado en cuanto a su profesión o bien porque son trabajos con baja remuneración, por otra parte el 30% cuenta con un salario nominal y solo 23% tiene un salario variable, esto como resultado de las personas encuestadas.

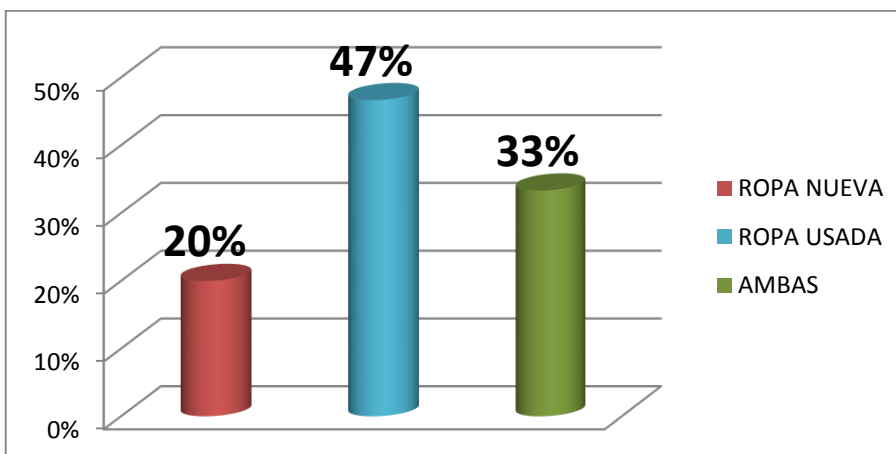


Grafico 22. Tipo de ropa que puede optar

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

A como se puede observar, en este caso se les presento a los consumidores una serie de opciones para conocer a qué tipo de prendas pueden optar en base a su salario, la mayoría, ósea, el 47% de los encuestados puede optar más que todo por la ropa usada, esto debido a sus ingresos, el 33% considera que si es posible para ellos el optar por ambos tipos de prendas, y el 20% si cuenta con recursos suficientes para optar por la ropa nueva.

Cabe resaltar que en este caso, la población en general al no presentar un salario que ellos consideren suficiente o bien, presentan otras necesidades que les cubre gran parte de sus ingresos ya sea por las diferentes situaciones que estos pueden presentar, no les queda otra opción que comprar este tipo de prendas usadas para sustentar sus necesidades pese a su estrato social.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, desde el enfoque a considerar en que afecta el comercio de ropa usada, los comerciantes argumentan que este sector afecta a las tiendas que se dedican a vender ropa nueva, porque la población ve factible comprar ropa usada que sus px son menores y su calidad es casi en su totalidad mejor que la ropa nueva y gracias a esto su cuota de venta tiende a bajar por no tener la demanda de sus productos.

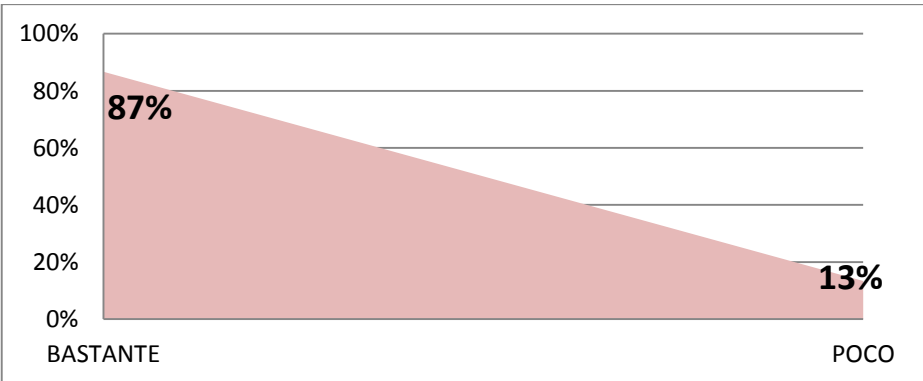


Gráfico 23. La ropa usada aporta a complementar la necesidad básica de las personas
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

En base a los datos anteriores, se puede observar que el 87% de la población encuestada argumenta que este sector de ropa usada les viene a aportar de manera considerable a la contemplación de las necesidades básicas, ya que esta les ayuda a ahorrar ingresos, no obstante a esto, el 13% de los encuestados consideran que es muy poco lo que les aporta este sector en cuanto a todas sus necesidades.

Así mismo, en las entrevistas nos detallan si considera buena la importación de estas prendas de vestir, teniendo las siguientes conclusiones:

- ✓ Es importante, porque están al alcance de los clientes y se los dan a buenos precios.
- ✓ Están bien porque traen bastantes pacas de lugares diversos, y es bueno por que traen variedad.
- ✓ Si no se importara no tuviéramos la oportunidad de tener este negocio.

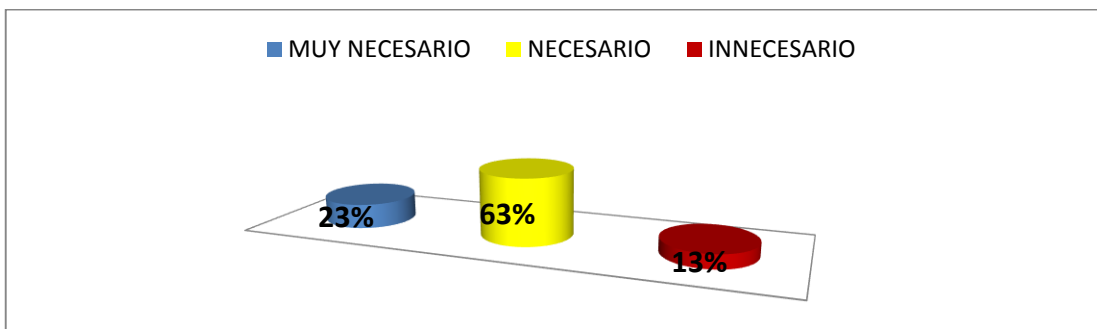


Gráfico 24. El consumo de la ropa usada en la canasta básica
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Anteriormente, se puede observar en la Gráfica 21, que el 63% de los datos obtenidos se basan en que es necesaria la ropa usada en la canasta básica, el 23% es considerado muy necesario y el 13% restante es considerado innecesario.

De acuerdo a estos resultados, la gran mayoría de las personas encuestadas consideran necesario este consumo de ropa usada en la canasta básica, ya que al adquirir ropa usada y no la ropa nueva, esto les genera un mínimo en sus gastos, dejando así más ingresos para otros gastos necesarios.

En base a las entrevistas el consumo de la ropa usada dentro de la canasta básica, a más de la mitad de los propietarios que se entrevistaron expresaron que el consumo de la ropa usada no va dentro de la canasta básica, otra parte acertó diciendo que si va.

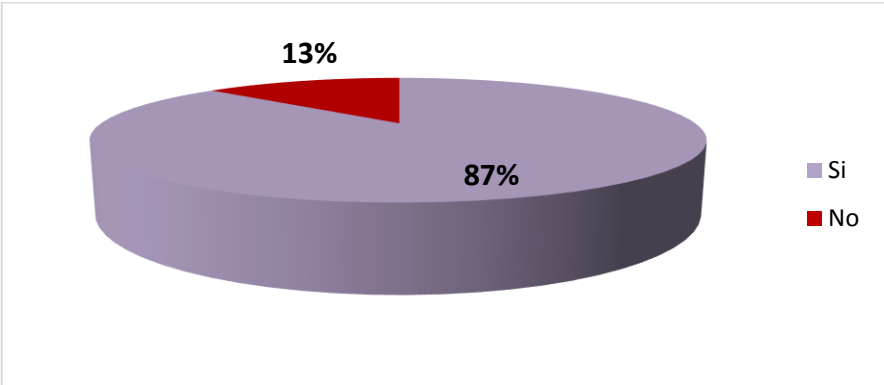


Gráfico 25. La elevación del índice de precios al consumidor supone una pérdida en el poder adquisitivo
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

Según la encuesta el 87% de las personas creen que la elevación del índice de precios al consumidor supone una pérdida en su poder adquisitivo, mientras tanto el 13% dijo que no afecta. El IPC muestra la variación en los precios de los productos y al haber aumento en los precios de los productos los consumidores sufren una pérdida en su poder de compra.

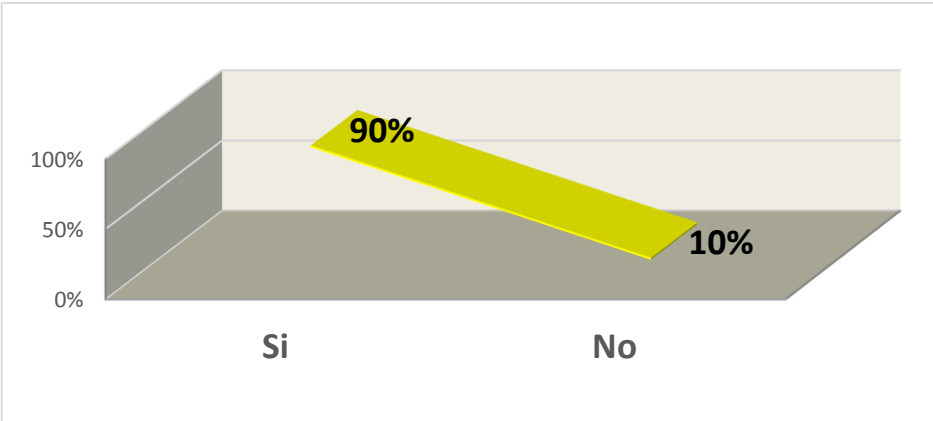


Gráfico 26. Inflación hace que haya una pérdida en el poder adquisitivo de los consumidores de ropa usada
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

El 90% de los encuestados opinaron que la inflación hace que haya una pérdida en el poder adquisitivo de los consumidores de ropa usada, mientras el 10% dijo que no afecta. Al haber inflación que es el aumento generalizado de los precios, las familias tienen que ingeniárselas para adquirir lo necesario por lo tanto comprar ropa usada es una alternativa para cumplir o subsanar su necesidad de vestuario ante la subida en los precios.

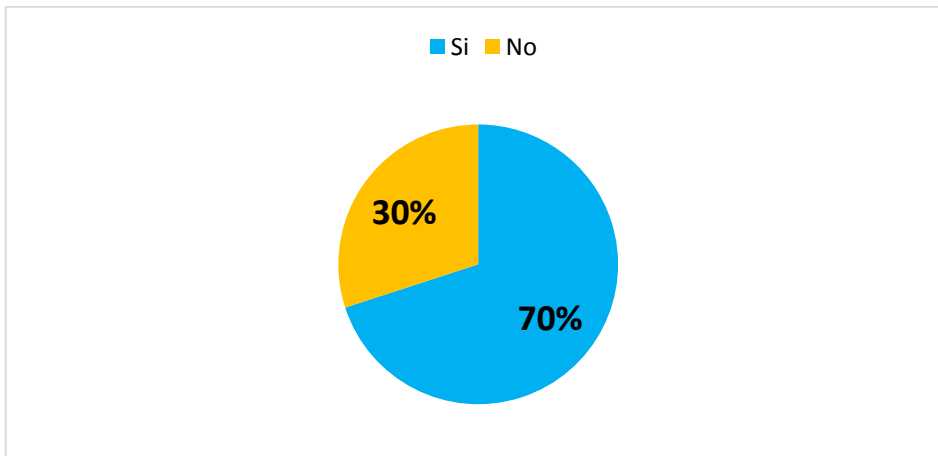


Gráfico 27. La tasa de desempleo ha disminuido gracias al comercio de la ropa usada
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

El 70% de las personas encuestadas piensan que la tasa de desempleo ha decrecido gracias al comercio de ropa usada, mientras el 30% dijo que no ha disminuido.

Esto nos indica que el negocio de la ropa usada ha contribuido a disminuir la tasa de desempleo o personas que no tienen un trabajo, mientras más elevada se encuentre la tasa de desempleo significa que la economía en una difícil situación económica, y mientras más baja esta quiere decir que la economía viene mejorando, entonces gracias al aumento de la venta de ropa de segunda mano las personas encuentran una fuente de trabajo.

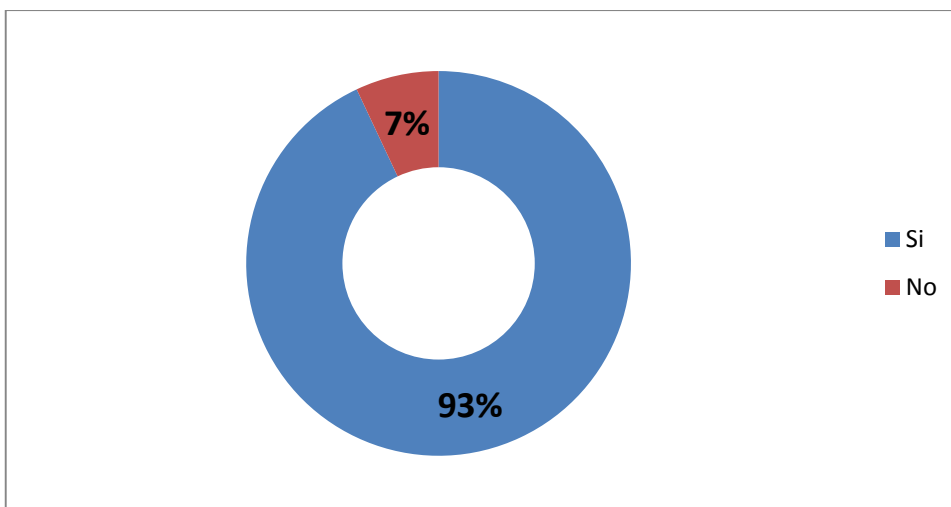


Grafico 28. El negocio de la ropa usada ha generado un incremento en la PEA
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, 2020

El 93% de las personas encuestadas opinan que el negocio de la ropa usada ha generado un incremento en la población económicamente activa, solamente el 7% dijo que no genera un incremento. Esto nos quiere decir este negocio ha incrementado el número de personas que se integran al mercado laboral.

CAPITULO V

En este último capítulo de la investigación se abordan las conclusiones que son las que le dan respuesta a los objetivos planteados anteriormente, y a su vez, se detalla una serie de recomendaciones las cuales han sido consideradas gracias al análisis de los resultados obtenidos por la información adquirida. Por otra parte, se presenta la bibliografía consultada para la obtención de la información requerida para esta investigación, la cual ha sido percibida de libros, artículos de revistas, documentos de sitio web, entre otros. Por último se muestran los anexos, en los cuales se presentan los instrumentos utilizados, y se da a conocer la operacionalización de las variables.

5.1 CONCLUSIONES

Después de aplicar las técnicas de recolección de datos a los pobladores que compran ropa usada se llegó a las siguientes conclusiones:

1. La hipótesis planteada en este trabajo de investigación se cumple, ya que la ropa usada ha afectado de manera positiva en el ingreso real de la población.
2. El desarrollo del sector de venta de ropa usada se ha venido dando de manera significativa, ya que este ha tenido una buena aceptación en el mercado con un margen elevado de consumidores que son constantes. Así mismo, se ha visto un incremento de tiendas de este sector en los últimos años.
3. Uno de los motivos que inciden a la población a la adquisición de estas prendas, es el constante incremento en la canasta básica más no en sus salarios.
4. La ropa usada como bien de consumo, contribuye a complementar la necesidad de vestimenta de la población.
5. La elevación del índice de precios al consumidor supone una pérdida en el ingreso real de las familias.

6. Los cambios en el poder adquisitivo o ingreso real de las familias, actúan generándose un incremento en la PEA y una disminución del desempleo. A su vez, desde el punto de vista del consumidor de este sector, les aporta mediante el ahorro en sus ingresos y esto los conlleva a complementar más en otras necesidades.

5.2 RECOMENDACIONES

Las principales recomendaciones a los propietarios de este tipo de negocio y personas que quieran incursionar en este sector.

- 1) Iniciar alianzas entre el sector público y privado para financiamiento de futuros comercio de ropa usada, que venga a aportar al crecimiento económico del sector de Guanuca dado que es una zona altamente comercial.
- 2) Brindar precios accesibles que ayuden a las personas que devengan un salario mínimo para poder satisfacer la necesidad de vestuario ante la elevación en los precios de los productos de la canasta básica.
- 3) Promoción por parte del sector público y privado la apertura de negocios de ropa usada para así contribuir al incremento de la PEA y reducir el desempleo.
- 4) Darle más importancia al sector de la ropa usada ya que está teniendo un crecimiento gradual.
- 5) Este tema es de gran importancia para ser estudiado, por las contribuciones que este tiene hacia la sociedad. Es por ello que se recomienda que se tome como punto de referencia para futuros trabajos con la misma temática en la UNAN-FAREM, MATAGALPA.
- 6) Vender ropa de buena calidad con el objetivo de atraer una mayor cantidad de clientes y ser prioridad en el mercado para consumidores de las distintas clases sociales.

TRABAJOS CITADOS

Aduanas, C. y. (11 de Abril de 2012). *Comercio y Aduanas*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de Comercio y Aduanas:

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>

Aguilar, D. (18 de mayo de 2020). Matagalpa.

Aguilar, D. (2020). Matagalpa.

Aguirre, A., Garcia, W., & Montoya, G. (2017). *Análisis del Salario Mínimo y Nivel de Vida de Nicaragua (2010-2015)*. Managua.

Alvarez, G. M. (2017).

Banco central de Nicaragua. (6 de mayo de 2019). Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/divulgacion_prensa/notas/2019/noticia.php?nota=1220

Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Delfin Ltda.

Calero, V. S., & Picon, A. C. (2004). *Manual de Investigación*. Managua: UNAN-MANAGUA.

Caurin, J. (1 de Febrero de 2019). *Economía simple.net*. Obtenido de Definición de tasa de desempleo: <https://www.economiasimple.net/glosario/tasa-de-desempleo>

Cobas, J., Romeu, A., & Macias, Y. (2010). *LA INVESTIGACION CIENTIFICA COMO COMPONENTE DEL PROCESO FORMATIVO DEL LICENCIADO EN CULTURA FISICA*. Cuba: PODIUM,ORGANO DIVULGATIVO DE GDEPORTES.

Cortes, A. B. (1973). *Teoría Económica I*. Chile: Andres Bello.

Duque, L. (31 de Julio de 2018). *Hablemos de Moda Ya*. Recuperado el 05 de Mayo de 2020, de Los Beneficios de Comprar Ropa de Segunda Mano: <http://hablemosdemodaya.com/los-beneficios-de-comprar-ropa-de-segunda-mano/>

ECO-FINANZAS. (2017). Recuperado el 20 de MAYO de 2020, de ECO-FINANZAS: https://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO_REAL.htm

Gutierrez, A. (05 de Abril de 2015). *Ecured*. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de Moda: <https://www.ecured.cu/Moda>

Guzman, F., Robleto, C., & Andino, M. F. (2014). Abriendo camino al conocimiento. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 3.

Hartmann, H. (2005). *Impacto de la importación de ropa usada en Bolivia*. Santa Cruz.

Hernandez, A. (2017). *Ropas Americanas: Comercio, contrabando y compradores de ropa usada*. Brasil: Editora DSOP.

Hernández, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, M. d. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION 6TA EDICION*. Mexico D.F: McGRAW / INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Mexico D.F: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES,S.A.,DE C.V.

Hidalgo, R. D. (2007). *Fiscalia de los Contratos Civiles y Mercantiles*. España: Imprenta RGM, S.A.

INEC. (2006). *Metodologia del indice de precios al consumidor*. San Jose.

INIDE. (2013). *Encuesta continua de hogares*. Managua.

INIDE. (2017). *INIDE*. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de <https://www.inide.gob.ni/CanastaB/AnalisisCB2016-2017.pdf>

kiziryan, M. (7 de 11 de 2019). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/paridad-del-poder-adquisitivo-ppa.html>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing version para latino America*. Atlacomulco: Pearson Educacion.

la voz del sandinismo. (12 de 11 de 2019). Obtenido de <https://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2019-11-12/canasta-basica-de-nicaragua-con-precios-estables/>

Lambin, Gallucci, & sicurello. (2009). *Direccion estrategica y operativa del mercado*. Mexico: Mcgrawhill.

Leroy, R. (1986). *Macroeconomia Moderna*. Mexico D.F: HARLA S,A.

Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012). *Estadistica aplicada a los negocios y la economia* . Mexico D.F: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Llach, L., & Braun, M. (2010). *MacroEconomia Argentina*. Argentina: Grupo editor Argentino.

Lopez, J. P. (2008). *Metodologia de la investigacion cientifica*. Managua: Xerox.

Macedo, J. J. (2006). *ECONOMIA* . Mexico: Umbral Editorial, S. A. de C.V.

Martin, L. G., Alonso, J. O., & Sumelzo, L. B. (2019). *Atencion al Cliente*. Madrid : Editex, S.A.

Martinez, I. E. (2 de enero de 2003). *laprensa*. Obtenido de www.laprensa.com.ni

Mendieta, T. (2005). *Estudio sobre el Impacto de la Importacion de Prenderia Usada en la Industria Nacional de Textiles*. La Paz, Bolivia: Compal.

Merino, M., & Perez, J. (2012). Recuperado el 22 de mayo de 2020, de Definicion.de: <https://definicion.de/empleo/>

Musik, G. A., & Murillo, D. R. (Enero de 2004). *Centro de Estudios De Competitividad*. Recuperado el Abril de 2020, de ITAM: http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf

Oca, J. M. (2020). *Economipedia*. Recuperado el 20 de Abril de 2020, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>

Perez, J., & Gardey, A. (2009). *Definicion.de*. Recuperado el 2009, de Definicion de inflacion: (<https://definicion.de/inflacion/>)

Porto, J. P., & Gardey, A. (2016). *Definicion.de*. Recuperado el 5 de Mayo de 2020, de <https://definicion.de/almacen/>

Raffino, M. E. (27 de Febrero de 2019). *Concepto.de*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Concepto de consumo: <https://concepto.de/consumo/>.

Ramos, D. R. (2010). *El Reciclaje en la Sociedad Actual*. España: WANCEULEN.

Rodriguez, K. E. (2017). *Factores socioeconomicos que influyen en los motivos de compras de los clientes que adquieren ropa usada en el barrio 14 de mayo de la ciudad de Esteli durante el I semestre del año 2016*. Esteli.

Rodriguez, K. E. (2017). *Seminario de Graduacion para Optar al Titulo de Licenciado (a) en Mercadotecnia*. Esteli.

Ruano, M. R. (2009). Temas para la Educacion. *Revista digital para profesiones de la enseñanza*, 9.

Sampieri, R. H. (2003). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico D.F: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Sampieri, R. H. (2003). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico D.F: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Mexico D.F: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES,S.A.,DE C.V.

Santameses. (1998). *Marketing Estrategico*. España: Piramides S.A.

Santana, A. (14 de Mayo de 2020). *EcuRed*. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de Comercio: <https://www.ecured.cu/index.php?title=Comercio&oldid=3685821>

SANTESMASES, M. M. (1998). *Marketing Estrategico*. España: Piramides S.A.

Talavera, K. (2017). Esteli: Unan .

Valinda Sequeira, A. C. (2004). *Manual de Investigacion*. Managua: Unan Managua.

Vidaurre, G. M. (2005). *Impacto de la importacion de la ropa usada en Bolivia*. Santa Cruz, Bolivia: Instituto de comercio exterior.

ANEXOS

Anexo 1
OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable	Sub-Variable	Indicadores	Preguntas	Instrumentos	Dirigido a.
Incidencia Economic a	Historia de la Ropa Usada	Donaciones	¿De dónde considera usted que proviene la ropa usada?	Encuesta	Consumidores
		Reciclaje	¿Usted recicla o rehúsa la ropa que ya no usa?	Encuesta	Consumidores
		Necesidades	¿Por qué considera necesario el comercio de ropa usada?	Entrevista	Comerciantes
	Desarrollo de la Venta de Ropa Usada	Oferta	¿Por qué considera ofertar ropa usada y no ropa nueva?	Entrevista	Comerciantes
		Consumo	¿Consume bastante la ropa usada?	Encuesta	Consumidores
		Competitividad	¿Considera que este tipo de sector lleva bastante competitividad en el comercio? ¿Porque?	Entrevista	Comerciantes
	GoodWill	Almacenes	¿De dónde obtiene sus pacas para su comercio?	Entrevista	comerciantes
		Comercio	¿Este tipo de comercio ha sido factible para mejorar en sus ingresos? ¿Porque?	Entrevista	Comerciantes
		Importación	¿Considera buena la importación de estas prendas de vestir? ¿Porque?	Entrevista	Comerciantes
	Segunda Mano	Características	¿Cómo considera la ropa de segunda mano?	Encuesta	Consumidor

		Calidad	¿Cómo cree que es la calidad de estas prendas?	Encuesta	Consumidor
		Precio	¿El precio le parece?	Encuesta	Consumidor
		Ventajas	¿Qué ventajas considera que tiene con el comercio de estas prendas?	Entrevista	Comerciante
		Desventajas	¿Qué desventajas considera que tiene con el comercio de estas prendas?	Entrevista	Comerciante
		Moda	¿Logra estar a la moda gracias a la ropa usada?	Encuesta	Consumidor
	Efecto de la Ropa usada	Producción	¿En que considera que afecta el comercio de la ropa usada?	Entrevista	Comerciante
		Consumo	¿Qué prefiere consumir?	Encuesta	Consumidor
		Beneficios	¿Considera tener beneficios al adquirir ropa usada? ¿cuáles?	Encuesta	Consumidor
Ingreso real	Salario mínimo	<p>¿Cuál de estos salarios cree que es el suyo?</p> <p>¿Cómo cree que la ropa incide en la capacidad de compra de una persona en base a su salario?</p> <p>¿cree usted que la ropa usada es la más favorable con un salario mínimo</p>	Encuesta	Consumidores	
			Entrevista	Propietarios	
		Salario real	¿Cuál de estos cree que es su salario?	encuesta	consumidores
			Encuesta	Consumidores	

			<p>¿A qué tipo de ropa puede optar usted?</p> <p>De acuerdo a lo que percibe mensual(salario)y el px de la canasta basica adquiere lo necesario para vivir</p>	<p>Encuesta</p> <p>encuesta</p>	<p>Consumidores</p> <p>Consumidores</p>
	Canasta basica	Precio de la canasta basica	<p>¿Cree usted que el px de la canasta básica afecta directamente en la adquisición de la ropa usada, por qué?</p> <p>¿Usted cree que el aumento de la canasta básica, afecta al momento de comprar ropa?</p> <p>¿Cómo dueño de una vta de ropa usada y la ropa forma parte de la canasta basica, a usted le beneficia el aumento de la ropa usada?</p> <p>Al subir los px en la canasta basica, siente menos afluencias de personas que compran ropa usada?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>entrevista</p>	<p>Propietarios</p> <p>Consumidor</p> <p>Propietarios</p> <p>Propietarios</p>
	Consumo de la canasta basica		<p>¿Cree usted que la ropa usada es un producto el cual es muy consumido dentro de la canasta básica?</p> <p>¿Cuánto cree usted que la ropa usada aporta a complementar la necesidad básica de las</p>	<p>Encuesta</p> <p>encuesta</p>	<p>Consumidores</p> <p>Consumidores</p>

			<p>personas?</p> <p>¿Cómo puede poner el consumo de la ropa usada dentro de la canasta básica?</p>	Encuesta	Consumidor-propietarios
Preferencias de la ropa usada	Tipo A	¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?	Encuesta	Consumidores	
		¿Cree usted que es adecuada el px que se les da a estas prendas?	Encuesta	Consumidores	
		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?	encuesta	consumidores	
	Tipo B	¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?	Encuesta	Consumidores	
		¿Cree usted que es adecuada el px que se les da a estas prendas?	Encuesta	Consumidores	
		¿Cuánto está dispuesto a pagar?	encuestas	Consumidores	
		Tipo c	¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?	Encuesta	Consumidores

			¿Cree usted que es adecuada el px que se les da a estas prendas?	Encuesta	Consumidores
			¿Cuánto está dispuesto a pagar?		
			¿Cuál de estas clasificaciones es la que más se comercializan?	Encuesta	Consumidores
			¿en qué condiciones se encuentran estas prendas para clasificarse en A,b,C	Entrevista	Dueño de tienda
				entrevista	Dueño de tienda

Variable	Sub Variable	Indicador	Preguntas	Instrumento	Dirigida
Ingreso Real	Poder Adquisitivo	Índice de precios al consumidor	¿Cree usted que la elevación del Índice de precios al consumidor, supone una pérdida en el poder adquisitivo?	Encuesta	Clientes
		Paridad del poder adquisitivo	¿Cómo valora usted la relación de la moneda nacional con la de otros países al momento de comprar ropa de segunda mano?	Entrevista	Clientes
		Inflación	¿Considera que la inflación hace que haya una pérdida en el poder adquisitivo de los consumidores de ropa usada?	Encuesta	Clientes
	Consumo	Motivos de compra	¿Cuáles considera usted que son los principales factores que motivan a los compradores al momento de realizar la compra de ropa usada?	Entrevista	Propietario
		Circunstancias económicas	¿Cuáles son los principales factores que determinan sus circunstancias económicas para comprar un producto?	Entrevista	Clientes
		Tipos de consumidores según estrato social	¿Cómo valora usted el comportamiento de compra de los consumidores de ropa usada según su estrato social?	Encuesta	Propietario

	Precios	Competencia	¿Cree usted que es necesario fijar el precio de sus productos debido al precio que establece la competencia?	Encuesta	Propietario
		Calidad del producto	¿Cómo considera la calidad de la ropa usada que se ofrece en los negocios ubicados en el sector del barrio guanuca?	Entrevista	Clientes
	Empleo	Tasa de desempleo	¿Piensa usted que la tasa de desempleo ha disminuido gracias al comercio de la ropa usada?	Encuesta	Clientes
		PEA	¿Considera usted que el negocio de la ropa usada ha generado un incremento en la población económicamente activa?	Encuesta	Clientes

Anexo 2. Encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa FAREM MATAGALPA

ENCUESTA

Estimados consumidores, somos estudiantes de la UNAN-FAREM-Matagalpa de la carrera de Economía. Estamos realizando nuestro trabajo de Monografía de investigación dirigida al sector comercio de ropa usada.

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad analizar el efecto económico del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020

I. DATOS GENERALES

SEXO: _____ EDAD: _____ PROCEDENCIA: _____

INGRESO PROMEDIO MENSUAL: _____

II. DESARROLLO DEL SECTOR ROPA USADA

1) ¿De dónde considera usted que proviene la ropa usada?

2) ¿Compra ropa usada?

Si____ No____ Poco_____

3) ¿Usted recicla o rehúsa la ropa que ya no usa?

Si____ No____

¿Porque?_____

4) ¿Logra estar a la moda gracias a la ropa usada?

Si____ No____ Más o Menos____

5) ¿Qué prendas compra más?

Ropa de niño _____

Ropa de adulto _____

Otros _____

6) ¿Con que frecuencia usted compra ropa usada?

Semanal _____ Mensual _____ Anual _____

7) ¿Cómo considera la calidad de la ropa usada que se ofrece en los negocios ubicados en el sector del barrio Guanuca?

Buena_____ Mala_____ Regular_____

8) De las tiendas de ropa usada en el barrio Guanuca ¿Cuáles son las más frecuentadas para realizar sus compras?

III MOTIVOS DE COMPRA

9) ¿Qué prefiere consumir?

Ropa nueva_____ Ropa de segunda_____ Ambas_____

10)¿Usted cree que el aumento de la canasta básica, afecta al momento de comprar ropa?

Si_____ No_____

11)De acuerdo a lo que percibe mensual (salario) y el precio de la canasta básica adquiere lo necesario para vivir?

Si_____ No_____

12)¿Cree usted que la ropa usada es un producto el cual es muy consumido dentro de la canasta básica?

Bastante _____ Muy poco _____ No es consumida_____

13)¿Cómo cree que es la calidad de estas prendas?

Excelente_____ Buena_____ Regular_____ Mala_____

Prendas tipo A

14) ¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?

Calidad_____ Precio_____ Estilo_____ Estado de la prenda
_____ Marca_____ Otros _____

15) ¿Cree usted que es adecuada el precio que se les da a estas prendas?

De acuerdo_____ En desacuerdo_____ Sin relevancia _____

16) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?

350-250_____ 250-180 _____ menos de 180 _____

Prendas tipo b

17) ¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?

Calidad_____ Precio_____ Estilo_____ Estado de la prenda _____

18) ¿Cree usted que es adecuada el precio que se les da a estas prendas?

De acuerdo_____ En desacuerdo_____ Sin relevancia _____

19) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?

250-180_____ 180-100_____ menos de 100 _____

Prendas tipo c

20) ¿Qué es lo primero que ve al momento de comprar ropa usada de este tipo?

Calidad_____ Precio_____ Estilo_____ Estado de la prenda _____

21) ¿Cree usted que es adecuada el precio que se les da a estas prendas?

De acuerdo_____ En desacuerdo_____ Sin relevancia _____

22) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?

100-80_____ 80-50 _____ 50 o menos _____

23) ¿Cómo considera el precio?

Alto_____ Bajo_____ Regular_____

24) ¿Cómo considera la ropa de segunda mano?

Buena_____ Mala_____ Regular_____

IV CAMBIOS EN EL PODER ADQUISITIVO

25) ¿Considera tener beneficios al adquirir ropa usada? ¿cuáles?

1. _____

2. _____

3. _____

26) ¿Cree usted que la ropa usada es la más favorable con un salario mínimo?

Si_____ No_____

27) ¿Cuál de estos cree que es su salario?

Salario nominal _____ salario variable _____ salario mínimo _____

28) ¿A qué tipo de ropa puede optar usted?

Ropa nueva_____ Ropa usada_____ Ambas_____

29) ¿Cuánto cree usted que la ropa usada aporta a complementar la necesidad básica de las personas?

Si _____ No _____

30) ¿Cómo puede poner el consumo de la ropa usada dentro de la canasta básica?

Muy necesario _____ Necesario _____ Innecesario_____

31) ¿Cree usted que la elevación del Índice de precios al consumidor supone una pérdida en el poder adquisitivo?

Sí___ No___

32) ¿Considera que la inflación hace que haya una pérdida en el poder adquisitivo de los consumidores de ropa usada?

Sí___ No___

33) ¿Piensa usted que la tasa de desempleo ha disminuido gracias al comercio de la ropa usada?

Sí ___ No ___

34) ¿Considera usted que el negocio de la ropa usada ha generado un incremento en la población económicamente activa?

Sí _____ No _____

Anexo 3. Entrevista



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa

FAREM MATAGALPA

ENTREVISTA

Estimados comerciantes, somos estudiantes de la UNAN-FAREM-Matagalpa de la carrera de Economía. Estamos realizando nuestro trabajo de Monografía de investigación dirigida al sector comercio de ropa usada.

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad analizar el efecto económico del sector comercio ropa usada, en el ingreso real de las familias del barrio Guanuca, ciudad de Matagalpa, I semestre 2020

I SECTOR ROPA USADA

- 1) ¿cuánto tiempo tiene usted de dedicarse a la venta de ropa usada?
- 2) ¿Por qué considera necesario el comercio de ropa usada?
- 3) ¿Por qué considera ofertar ropa usada y no ropa nueva?
- 4) ¿Considera que este tipo de sector lleva bastante competitividad en el comercio? ¿Porque?
- 5) ¿De dónde obtiene sus pacas para su comercio?
- 6) ¿Este tipo de comercio ha sido factible para mejorar en sus ingresos?
¿Porque?
- 7) ¿Considera buena la importación de estas prendas de vestir? ¿Porque?
- 8) ¿Qué ventajas considera que tiene con el comercio de estas prendas?
- 9) ¿Qué desventajas considera que tiene con el comercio de estas prendas?

10) ¿En que considera que afecta el comercio de la ropa usada?

II PODER ADQUISITIVO

11) ¿Cree usted que es necesario fijar el precio de sus productos debido al precio que establece la competencia? ¿Porque?

12) ¿Cómo valora usted el comportamiento de compra de los consumidores de ropa usada según su estrato social?

13) ¿Cuáles son los principales factores que determinan sus circunstancias económicas para comprar un producto?

14) ¿Cómo valora usted el comportamiento de compra de los consumidores de ropa usada según su estrato social?

III MOTIVOS DE COMPRA

15) ¿Cómo cree que la ropa incide en la capacidad de compra de una persona en base a su salario?

16) ¿Cree usted que el precio de la canasta básica afecta directamente en la adquisición de la ropa usada, por qué?

17) ¿Cómo dueño de una vta. de ropa usada y la ropa forma parte de la canasta básica, a usted le beneficia el aumento en el px de la ropa usada?

18) Al subir los px en la canasta básica, siente menos afluencias de personas que compran ropa usada?

19) ¿Cómo puede poner el consumo de la ropa usada dentro de la canasta básica?

20) ¿Cuál de estas clasificaciones es la que más se comercializan? (prendas tipo a, b, c)

- 21) ¿En qué condiciones se encuentran estas prendas para clasificarse en ABC?
- 22) ¿Cómo propietario de la tienda que le ha parecido la comercialización de compra y venta de ropa usada?
- 23) ¿Qué factores motivan a los compradores al momento de realizar la compra de ropa usada?
- 24) ¿Usted cree que son accesibles los precios que ofrece en su tienda?
- 25) ¿De la variedad de prendas cual vende más?
- 26) ¿Los clientes que le visitan con qué frecuencia lo hacen?
- 27) Detalle el avance del sector de venta de ropa usada, en el barrio Guanuca
- 28) ¿Cuáles son los cambios en el poder adquisitivo o ingreso real a través de la adquisición de ropa usada?

Anexo 4. Análisis de entrevista

Tabla 3. Análisis de entrevistas aplicada a propietarios de Tiendas de Ropa ubicada en el sector de Guanuca

Nº	Pregunta	Respuesta del entrevistado	Análisis e interpretación de las respuestas de los entrevistados
1	¿Cuánto tiempo tiene usted de dedicarse a la venta de ropa usada?	<p>La propietaria de la venta de ropa usada “El jardín de Mary” Doña Maricela Rodríguez explica que su tienda está en el mercado desde hace 2 años</p> <p>La propietaria de la “tienda kayless” Doña Clarissa Castro explica que tiene 4 años de estar comercializando ropa de segunda en la zona de guanuca</p> <p>Según doña Aracely Gómez propietaria de la tienda “Bendición” tiene 3 años de estar ofreciéndoles ropa de buena calidad a la población en general</p> <p>La tienda “variedades las 3 B propiedad de la señora Carmen Centeno alega que tiene alrededor de 1 año de estar en el mercado de ropa usada</p> <p>Según Doña Esmeralda López propietaria de una de las tiendas encuestadas señala que tiene 1 ½ de estar en el negocio de la ropa usada, acá en Matagalpa</p> <p>Doña Nubia Espinoza propietaria de la tienda “Angelitos”</p>	Cada dueño de los establecimientos entrevistados tienen diferentes años de estar en el mercado de ropa usada y al frente de sus negocios ofreciendo diferentes tipos de prendas a precios módicos y ropa de calidad que caiga al gusto de su clientela

		<p>expresa que tiene 2 años de estar en el mercado de ropa usada ofreciendo calidad y precios bajos en las prendas que ella brinda al consumidor.</p>	
2	<p>¿Por qué considera necesario el comercio de ropa usada?</p>	<p>Según Maricela considera importante ya que ayuda económicamente a los que compran ropa usada y proporciona mejor calidad a Precios bajos.</p> <p>Según Clarissa es de vital importancia porque no todos tenemos para comprar ropa nueva los cuales tiene precios muy elevados</p> <p>Este tipo de comercio es importante para doña Aracely ya que es un medio de trabajo y genera ingresos para la manutención de nuestras familias</p> <p>La primordial idea para establecer mi negocio fue la obtención de ganancias según Carmen Centeno.</p> <p>Para Nubia Espinoza considera que según los tiempos en que la población está viviendo tanto por la crisis, la gente está buscando reducir sus gastos y van como una alternativa económica la compra de ropa usada.</p> <p>Para la clientela de la señora Esmeralda se encuentra ropa fina y de mejor calidad y según los comentarios ella pensó</p>	<p>Todas las entrevistadas coinciden en que el surgimiento de la venta de ropa ha sido de gran consideración, ya que contribuye a mejorar la calidad de vidas de las personas que se dedican a este trabajo por que el dinero que este sector genera es contribución en sus hogares, y de igual manera a los consumidores de este producto ya que se les ofrecen calidad a precios módicos accesibles al público en general.</p>

		que sería una buena opción de emprendimiento y obtención de buenos ingresos.	
3	¿Por qué considera ofertar ropa usada y no ropa nueva?	<p>Tanto la señora centeno y la señora castro argumentan que no todos poseen los ingresos suficientes para solventar el costo de la ropa nueva.</p> <p>Para Aracely como doña Carmen la ropa usada es favorable y tiene mayor aceptación por la población y eso incrementa sus ingresos.</p> <p>Las personas buscan prendas de buena calidad y estilos bonitos a precios cómodos para sus bolsillos alega la señora Espinoza.</p> <p>Para Esmeralda porque es más económica y con la situación del país busca más ropa usada.</p>	De igual manera las entrevistas están de acuerdo que la comercialización de la ropa usada es de importancia ya que por situaciones adversas la gente no posee los ingresos necesarios para solventar los todos los gastos en sus hogares, y ven como una alternativa viable el consumo de ropa usada, porque no poseen el dinero suficiente para comprar ropa nueva, por lo tanto la población acude a sus negocios a comprar prendas que ahí se exhiben.
4	¿Considera que este tipo de sector lleva bastante competitividad en el comercio?	<p>Para doña Maricela si existe una gran competitividad, ya que hay una demanda de ropa usada y así mismo gente que las quiera comercializar.</p> <p>De igual manera clarissa considera que si ya que todo los</p>	De acuerdo a todas las entrevistadas al ser un sector con un crecimiento acelerado existen un alto nivel de competitividad, ya que

		<p>días abren más negocios que se van a dedicar a esto.</p> <p>Para Aracely y Carmen si existe una competitividad en el sector ya que se vende mucho.</p> <p>Considera que hay gran competitividad</p> <p>Porque existen muchas tiendas que genera competición entre ellas sin embargo se distinguen por la calidad y precios según Esmeralda.</p> <p>Para Nubia si hay, por las muchas tiendas que existen.</p>	<p>estos artículos poseen un nivel de demanda que hay considerar, por tal motivo para destacar en el mercado han creado estrategias para llamar la atención de su clientela potencial, ya sea mejorando precios y comercializando prendas de calidad todo esto para la obtención de más clientes.</p>
5	¿De dónde obtiene sus pacas para su comercio?	<p>Tanto Maricela, Clarissa, Aracely, Carmen, Nubia y Esmeralda compra proveedores diversos pero siempre de Managua y Estelí.</p>	<p>La mayoría de las entrevistadas todas argumentan que sus negocios se abastecen de los proveedores que se encuentran en Managua</p>
6	¿Este tipo de comercio ha sido factible para mejorar sus ingresos? ¿Por qué?	<p>Para Rodríguez, si ya que ha tenido aceptación por el cliente y sus ventas le han generado ganancias</p> <p>Tanto para Aracely y Carmen si beneficioso dedicarse a vender ropa usada.</p> <p>Para Nubia si es ventajoso, porque antes ella no tenía ese ingreso que la venta de ropa usada le deja.</p> <p>Sin embargo para Esmeralda es poco Factible, porque no</p>	<p>Gran parte de las entrevistadas concuerdan que dedicarse a este labor ha sido as porque contribuye a obtener ingresos considerables que han logrado que mejoren su estilo de vida, pero de igual manera saben que no siempre es así, ya</p>

		todo el tiempo vende, ya que existen meses bajos y otros en los que se pueden recuperar.	que a veces existen temporadas que les va mejor que en otras.
7	¿Considera buena la importación de estas prendas de vestir?	<p>Para Maricela y Clarissa si es importante, porque están al alcance de los clientes y se los dan a buenos precios.</p> <p>Para Aracely considera que están bien porque traen bastantes pacas de lugares diversos. Y para Carmen es bueno por que traen variedad.</p> <p>Para Nubia es de importancia porque si no se importara no tuviéramos la oportunidad de tener este negocio</p> <p>Según Esmeralda si es de considerar en importancia ya que estas prendas son de buena calidad y nos han ayudado a nuestra situación económica.</p>	<p>En su mayoría están de acuerdo de que se importe este tipo de ropa, ya que gracias a esto se han iniciado en el negocio y traen diversos estilos los cuales llegan a caer en el gusto del consumidor y al ser prendas que en algunos casos son de marcas reconocidas que en las tiendas de ropa nueva tienen precios elevados, ellas las comercializan a precio inferior pero igual les deja ganancias considerable a su negocio, y por tal motivo tiende a incrementar las visitas de las personas a buscar ropa de marcas pero a veces se llevan más artículos sin andarlo buscando</p>
8	¿Qué ventajas considera que	Para la propietaria de tienda kayless, si tiene ventajas al	En todas las propietarias creen que

	<p>tiene con el comercio de estas prendas?</p>	<p>vender ropa usada. Según Aracely su ventaja más grande son sus ganancias.</p> <p>Para Carmen las ventajas que tienen como comerciante de ropa usada es que la población se logra vestir barato y a ella eso le genera ingresos.</p> <p>Nubia argumenta que la ventaja como minorista de ropa usada son los costos bajos y la buena calidad.</p> <p>Una de las ventajas que se les dan a los que son negociante de ropa usada, es el incremento de su comercio, se convierten en conocedores de marcas de acuerdo a la experiencia de Esmeralda</p>	<p>la ventaja principal es de aspecto económico, las pacas cuando las van a comprar poseen un px cómodo y la inversión que hacen en ella es relativamente mínima para las ganancias que logran obtener de ellas, porque al de depx bajos ellas además de obtener su ganancia la pueden dar a px igual de bajos y los consumidores al ver que le sale favorable tienden a regresar a sus comercios.</p>
<p>9</p>	<p>¿Qué desventaja considera que tiene con el comercio de estas prendas?</p>	<p>Para Clarissa la desventaja más grande que tiene es el incremento de la competencia día a día.</p> <p>Una de las desventaja es que cuando se compra una paca no toda la ropa es del agrado de los consumidores y estas por lo general se queda en estante argumenta Aracely y para Carmen es cuando la paca trae ropa grande y por lo general esas prendas no son demandadas.</p> <p>Para la propietaria de tienda Angelitos a veces la calidad de las pacas no es la que les ofrece</p>	<p>Para las personas que se dedican a esto es un poco difícil mantener un equilibrio entre lo que compra y su inversión, ya que cuando ellas van donde sus proveedores normalmente las pacas vienen selladas y a veces la calidad de la prenda no es la que ellas comprarán y eso representa una</p>

		<p>En la experiencia que tiene Esmeralda en vender ropa usada, es que la gente piensa que es porque es usada se tiene que dar muy barata.</p>	<p>pérdida en su negocio, porque estas prendas quedan en estantes y no se pueden comercializar por no ser del gusto de los clientes, y para poder sacarlas de su inventario tienen que darlas en precios inferiores al que pagaron por ellas, por otra parte aún persiste que como es ropa de segunda su calidad es inferior y su valor tendría que ser menos que el que se les da.</p>
<p>10</p>	<p>¿En que considera que afecta el comercio de ropa usada?</p>	<p>A nivel personal creo que a las tiendas que se dedican a vender ropa nueva según argumento de Maricela, sin embargo para Aracely y Carmen están seguras que afecta pero de manera positiva en las economías de las familias que ven este negocio como un modo de vivir.</p> <p>No obstante tanto para Nubia y Esmeralda están de acuerdo que estas tiendas le ha venido a quitar clientela a las tiendas que comercializan ropa nueva</p>	<p>Mayormente el que más se ve afectado por el crecimiento de estas tiendas, son todas aquellas personas que se han dedicado a vender la ropa nueva, porque la población ve factible comprar ropa usada que sus px son menores y su calidad es casi en su totalidad mejor que la ropa nueva y gracias a esto su cuota de venta tiende a bajar por</p>

			no tener la demanda de sus productos.
11	¿Cree usted que es necesario fijar el precio de los productos de acuerdo al precio que establece la competencia?	<p>Se debería de fijar un solo precio estable para ambas.</p> <p>No ya que esto afecta a la hora de ponerle precio a una prenda.</p> <p>Hay que dar un precio justo sin explotar al cliente.</p> <p>Si para poder obtener mayores ventas.</p> <p>No porque uno tiene que ser consiente es mejor variar los precios.</p> <p>Depende, porque las pacas vienen por calidad, a lo mejor otros tienen precios más favorables pero yo tengo la mejor calidad.</p>	Las personas entrevistadas tienen opiniones diferentes, una parte dijo que no es necesario fijar el precio respecto al de la competencia por cuestiones de precio o sensatez, otro sector dijo que si para obtener mayores ingresos.
12	¿Cómo valora usted el comportamiento de compra de los consumidores de ropa usada según su estrato social?	<p>Positivo ya que todas las clases sociales consumen ropa usada.</p> <p>Bueno ya que personas de diferente estrato social han asistido a mi negocio a comprar ropa.</p> <p>Regular.</p> <p>Es baja.</p> <p>Bien, porque ya la gente ha perdido la pena y hasta los que tienen mayor estrato social son los que más nos visitan.</p> <p>Bien, los clientes han tenido buena aceptación de la ropa</p>	La mayoría de los entrevistados argumento que realmente la ropa usada ha tenido buena aceptación para los consumidores de clase alta, baja o media dado que estas personas han asistido a sus negocios a comprar prendas.

		usada.	
13	¿Cuáles son los principales factores que determinan sus circunstancias económicas para comprar un producto?	<p>Créditos e Ingresos mensuales.</p> <p>Los ingresos que percibo, el ahorro.</p> <p>Calidad de la prenda.</p> <p>Mala economía.</p> <p>Vendo más de dama, me fijo en la moda.</p>	<p>Para los propietarios el factor que es más predominante son sus ingresos, además del poder crediticio con el que cuentan ya que algunos hacen préstamos para poder comprar pacas y revender las prendas, el ahorro es muy importante dado que mientras más ahorro más podrá adquirir lo cual beneficia de manera que su negocio crece.</p>
14	¿Cómo cree que la ropa incide en la capacidad de compra de una persona en base a su salario?	<p>En base al mismo salario devengado quincenal o mensualmente se compra lo necesario.</p> <p>Si incide porque al ser más barata o cara esto afectara mi decisión a la hora de comprar otros productos.</p> <p>Compran ropa de calidad a bajos precios y alguna facilidad de pago.</p> <p>Por ser accesible.</p> <p>Es muy buena idea porque ya no tienen necesidad de ir a</p>	<p>Los propietarios de negocios de ropa usada opinan que si incide el salario en la capacidad de compra por diversos motivos que tienen que ver con lo económico.</p>

		<p>las tiendas caras.</p> <p>Depende del producto que uno le ofrezca al cliente, por eso uno siempre tiene que estar innovando.</p>	
15	<p>¿Cree usted que el precio de la canasta básica afecta directamente en la adquisición de ropa usada, por qué?</p>	<p>Algunas veces afecta, aunque hay precios bastantes adquisitivos hoy en día.</p> <p>Sí, porque la vestimenta está dentro de la canasta básica.</p> <p>Porque esta cara la comida.</p> <p>Si porque en vez de bajarle a la alimentación estos le suben y ya no le queda ingresos para la ropa.</p> <p>Claro que si porque la canasta básica esta por las nubes y el salario bajísimo, y obviamente hay prioridades en el hogar como lo es la comida.</p>	<p>La mayoría dijo que si afecta por razones diferentes y expresan como su prioridad la alimentación por encima de la vestimenta.</p>
16	<p>¿Cómo dueño de una venta de ropa usada y la ropa forma parte de la canasta básica, a usted le beneficia el aumento de precio de la ropa usada?</p>	<p>Precios favorables, mayor clientela, mejores ingresos.</p> <p>No me beneficia.</p> <p>Si me beneficia.</p> <p>Si me afecta porque las ventas están bajísimas y al aumentar el precio hay menos ventas.</p> <p>No me beneficia porque las ventas están bajas y al aumentar de precio no compraría ropa porque la prioridad es la comida y la medicina.</p>	<p>Los entrevistados como propietarios del negocio no son beneficiados porque al subir de precio la ropa usada esto les disminuye o reduce sus ventas lo cual les conlleva a pérdidas económicas .</p>
17	<p>¿Al subir los precios en la</p>	<p>Siempre me visitan con frecuencia el negocio, aunque suba</p>	<p>Es decir que al subir los precios de</p>

	canasta básica, siente menos afluencias de personas que compran ropa usada?	<p>el precio de la canasta.</p> <p>Sí.</p> <p>Si porque la gente prefiere la comida.</p> <p>Si.</p>	<p>los productos que integran la canasta básica, la gente llega menos a sus negocios prefiriendo otras necesidades. Por otra parte uno de los entrevistados opino que no le afecta.</p>
18	¿Cómo puede poner el consumo de la ropa usada dentro de la canasta básica?	<p>Necesario en la vida cotidiana.</p> <p>Muy importante.</p> <p>No se puede.</p> <p>Diría yo que la verdad no va.</p> <p>No va dentro porque el cliente compra primero su comida y si le sobra compra ropa.</p>	<p>Esto indica que más de la mitad de los propietarios que se entrevistaron expresaron que el consumo de la ropa usada no va dentro de la canasta básica, otra parte acertó diciendo que si va.</p>
19	¿Cuál de estas prendas es la que mas comercializa? Prendas tipo A, tipo B, tipo C	<p>Tipo A</p> <p>Variada</p> <p>A y B</p> <p>A</p> <p>A, B y C</p> <p>B</p>	<p>En base a esto, por lo general los comerciantes ofrecen más la ropa de mejor calidad, aunque siempre consideran bueno tener variedad en sus artículos.</p>
20	¿En que condiciones se encuentran estas prendas para calificarse en ABC?	<p>Calidad 1 y 2</p> <p>A la mejor, B y C calidad 1 y 2 sale picada y manchada</p> <p>A y B</p>	<p>Por lo general, las prendas tipo A son las de mejor calidad y marca, las tipo B ya es ropa regular pero no</p>

		Buena, regular, excelente estado. Mala o baja calidad.	tanto de marca, y por último las tipo C, son todas aquellas prendas en mal estado, es decir están picadas o manchadas.
21	¿Cómo propietario de la tienda que le ha parecido la comercialización de compra y venta de ropa usada?	Interesante. Buena y rentable. Muy buena. Excelente.	En consecuencia a esto, para el 100% de los entrevistados consideran muy bueno dedicarse a este tipo de comercio, debido a que hay buena aceptación y el algo necesario lo cual la gente nunca dejara de consumir.
22	¿Qué factores motivan a los compradores al momento de realizar la compra de ropa usada?	Presentación del lugar, innovación en ofertas. Calidad y precio. Vestir a la moda.	Por lo general los factores que motivan a estos consumidores a sus compras es encontrar buena calidad y buen precio, a su vez, un local llamativo, con buena presentación los impulsa a comprar las diferentes prendas que se les ofrecen de manera innovadora.
23	¿Usted cree que son accesibles los precios que ofrece en su	Si.	En el caso de todos los propietarios de estos negocios consideran que si

	tienda?		son accesibles sus precios, ya que estos son conscientes de la situación económica de la población y entonces buscan hacer buenas ofertas.
24	¿De la variedad de las prendas cual vende más?	Blusas, vestidos Variado. Ropa de niños. Tipo B.	Cabe resaltar que la mayoría de los consumidores son las mujeres y es por esto que las prendas que mas se venden es la ropa de mujer y la de niños.
25	¿Los clientes que lo visitan con que frecuencia lo hacen?	Quincenal. Semanal. Clientes fieles. Semanalmente, al abrir pacas. Ocasionalmente.	En este caso, se llego a la conclusión que los clientes están más presentes cuando los diferentes comercios abren pacas recién obtenidas, debido a que así tienen más oportunidad de encontrar lo mejor y más bonito.
26	Detalle el avance del sector ropa usada en el barrio guanuca.	En los últimos meses se han generado más tiendas. Se ofrece ropa de más calidad. Hay más variedad y opciones de compra.	El avance de este comercio se ha dado con el incremento de las tiendas en este sector del barrio guanuca, ya que es un punto muy

			comercial y la gente abre sus negocios en este punto porque hay más movimiento de clientes y así logran vender más sus mercancías.
27	¿Cuáles son los cambios en el poder adquisitivo o ingreso real a través de la adquisición de la ropa usada?	Ahorrar. Ocupar más ingresos en otras necesidades. No hay mucha diferencia.	En esta cuestión, son pocos los que consideran tener un gran cambio con esto, pero si notan la opción de poder ahorrar, y hasta es posible ocupar más de sus ingresos a otros gastos que requieran.

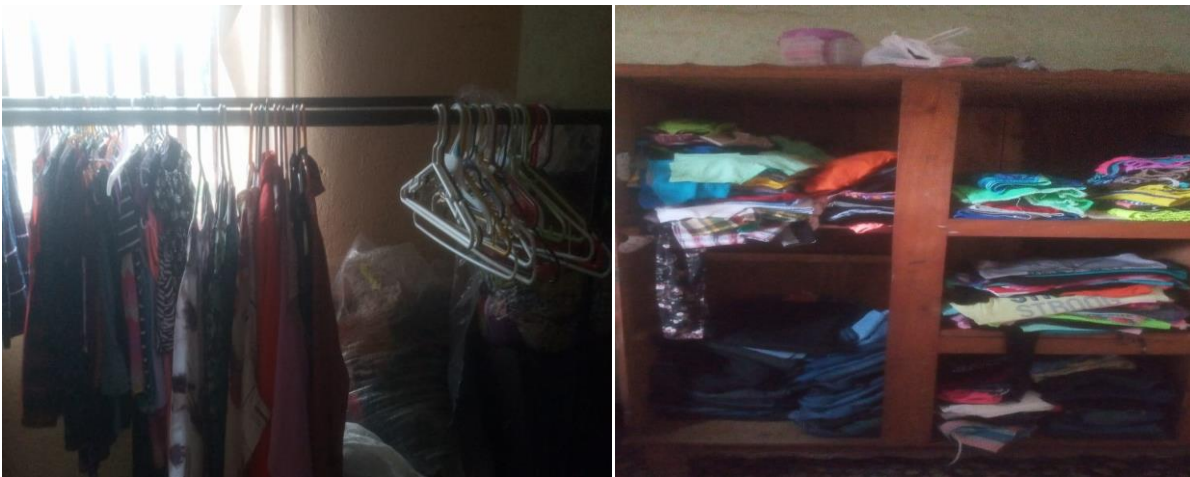
Anexo 5. Estilos de ropa

Prendas Tipo A



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. Prendas Tipo B



Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Prendas Tipo C



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

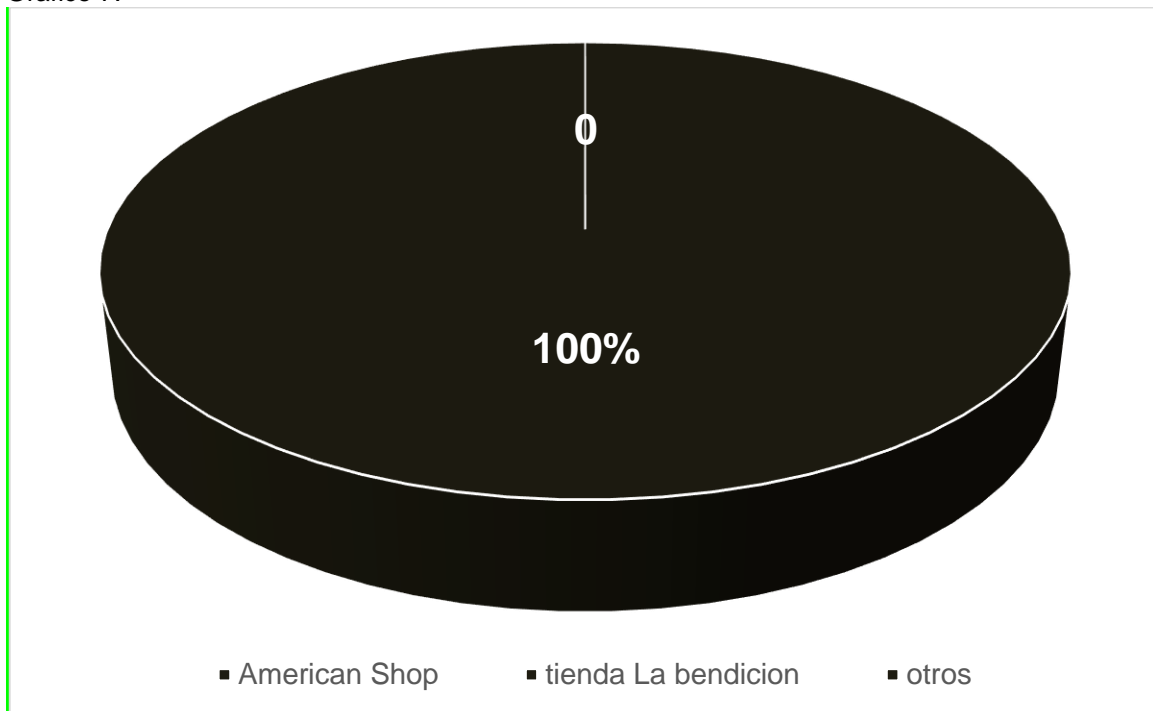
Anexo 8. Mapa del sector Guanuca

Limita con los barrios: al norte Bo. 28 de agosto, al sur Bo. Central y 5 de junio, al este Bo. San Martín y al oeste Bo. Richardson.



Anexo 9. Tiendas más frecuentadas a comprar ropa usada

Grafico 7.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas a consumidores, e