

REVISTA INCLUSIONES

ESTUDIOS DE LA RED DE INVESTIGACIÓN EN LAS
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Editores:
Dra. Beatriz Llamas Aréchiga
Universidad de Sonora
Dra. Leticia María González Velásquez
Universidad de Sonora

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 6 . Número Especial
Octubre / Diciembre
2019
ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Directores

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda

Universidad Católica de Temuco, Chile

Dr. Francisco Ganga Contreras

Universidad de Los Lagos, Chile

Subdirectores

Mg © Carolina Cabezas Cáceres

Universidad de Las Américas, Chile

Dr. Andrea Mutolo

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Editor

Drdo. Juan Guillermo Estay Sepúlveda

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Brasil

Drdo. Maicon Herverton Lino Ferreira da Silva

Universidade da Pernambuco, Brasil

Editor Ruropa del Este

Dr. Alekzandar Ivanov Katrandhiev

Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Traductora: Portugués

Lic. Elaine Cristina Pereira Menegón

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Sr. Felipe Maximiliano Estay Guerrero

Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza

Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado

Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos

Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera

Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González

Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy

Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz

Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya

Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach

Universidad de Potsdam, Alemania

Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín

Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio

Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero

Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira

Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga

Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona

Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía
Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu
Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez
Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie
Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar
Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto
Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo
Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandia
Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar
Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau
Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg
Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia
Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez
Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire
Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera
Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre
Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura
Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros
Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández
Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango
Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut
Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa
Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo
Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

Instituto Universitario de Lisboa, Portugal

Centro de Estudos Africanos, Portugal

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Rosario Castro López

Universidad de Córdoba, España

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

**REVISTA
INCLUSIONES**
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Per

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. María Laura Salinas

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia

Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques

Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez

Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec

Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía

Santiago – Chile

Representante Legal

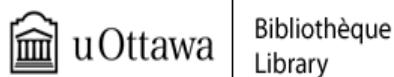
Juan Guillermo Estay Sepúlveda Editorial

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:



CATÁLOGO



Vancouver Public Library





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**ANÁLISIS DE LOS HÁBITOS DE COMPRA Y ENDEUDAMIENTO EN RELACIÓN
CON LA EDAD EN UNA MUESTRA DE CONSUMIDORES DEL SUR DE SONORA**

**ANALYSIS OF BUYING AND INDEBTEDNESS HABITS IN RELATION TO AGE IN
A SAMPLE OF CONSUMERS IN SOUTHERN SONORA**

Mtra. Marisol Galaviz Zamora

Instituto Tecnológico de Sonora, México
marisol.galaviz@itson.edu.mx

Mtra. Priscilia Rossel Amarillas Ibarra

Instituto Tecnológico de Sonora, México
priscilia.amarillas@itson.edu.mx

Dra. Celia Yaneth Quiroz Campas

Instituto Tecnológico de Sonora, México
cjquiroz@itson.edu.mx

Fecha de Recepción: 22 de julio de 2019 – **Fecha Revisión:** 12 de agosto de 2019

Fecha de Aceptación: 12 de septiembre 2019 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2019

Resumen

La satisfacción de necesidades se ha convertido en el objetivo principal del ser humano, el consumo es la acción económica relacionada directamente a la satisfacción de necesidades por lo que el estudio del comportamiento del consumidor toma suma importancia. La presente investigación tiene como objetivo identificar los principales hábitos de compra de la población económicamente activa del municipio de Navojoa, Sonora, con la finalidad de establecer las diferencias entre la edad y los hábitos de compra, se tomaron como criterios de inclusión a personas económicamente activas agrupadas en distintos rangos de edad que van de los 25 a los 65 años, como instrumento de medición se utilizó la escala de hábitos y conductas de compra. En los resultados se establecieron las diferencias significativas entre las tres dimensiones del instrumento; planificación de hábitos de compra, hábitos de compra y hábitos de endeudamiento y los distintos grupos de edades.

Palabras Claves

Consumidor – Hábito – Compra – Endeudamiento – Planificación

Abstract

The satisfaction of needs has become the main objective of the human being, consumption is the economic action directly related to the satisfaction of needs, so the study of consumer behavior becomes very important. The purpose of this research is to identify the main buying habits of the economically active population of the municipality of Navojoa, Sonora, in order to establish the differences between age and buying habits, economically active people were taken as inclusion criteria grouped into different age ranges ranging from 25 to 65 years, as a measuring instrument, the scale of habits and buying behaviors. The results established significant differences between

Análisis de los hábitos de compra y endeudamiento en relación con la edad en una muestra de consumidores del Sur... pág. 137

the three dimensions of the instrument; planning of buying habits, buying habits and indebtedness habits and the different age groups.

Keywords

Consumer – Habit – Buy – Indebtedness – Planning

Para Citar este Artículo:

Galaviz Zamora, Marisol; Amarillas Ibarra, Priscilia Rossel y Quiroz Campas, Celia Yaneth. Análisis de los hábitos de compra y endeudamiento en relación con la edad en una muestra de consumidores del Sur de Sonora. Revista Inclusiones Vol: 6 num Especial (2019): 136-146.

Introducción

La satisfacción de necesidades se ha convertido en el objetivo principal del ser humano, desde tiempos remotos con el inicio de las civilizaciones se buscaba cubrir solamente carencias básicas como alimentarse o vestirse, con el paso del tiempo las necesidades van modificándose volviéndose cada vez más numerosas. Los primeros estudios sobre el consumo se remontan a investigaciones económicas basados en la idea de que los seres humanos eligen los bienes y servicios a los que les asignan mayor valor.¹

El consumo es la acción económica relacionada directamente a la satisfacción de necesidades, la conducta del consumidor es razonada como una acción de elegir y se presenta de acuerdo a la utilidad subjetiva que le proporcionan los individuos, donde intervienen como determinantes las preferencias y el presupuesto personal.²

Existe una relación directa entre la ciencia económica y la psicología al momento de estudiar al consumidor, por lo tanto, se han realizado investigaciones referentes a este tema en ambas disciplinas desde la perspectiva racional de la economía y la emocional de la psicología. Un consumidor racional se refiere al individuo que sabe por qué y para que comprar, el ser humano toma en un principio una conducta racional hacia el consumo, evolucionando hacia una combinación entre lo emocional y racional al momento de consumir.³

Un concepto que toma suma importancia al analizar al consumidor son los hábitos que este adquiere al momento de realizar una compra, los cuales se van obteniendo paulatinamente al realizar conductas repetitivas al momento de adquirir un bien o servicio.⁴

Los hábitos de consumo se perciben como rutinas aprendidas por el uso de bienes y servicios, por otra parte mencionan que el hábito de compra es una conducta repetitiva que promueve la desaparición de la información y la valoración de diversas alternativas. Esto quiere decir que después de haber hecho varias compras, el individuo adquiere cierta marca impulsado por distintos factores como calidad o precio.⁵ Desde el punto de vista económico el consumo representa el principal componente del producto interno bruto (PIB), formando parte indispensable del crecimiento y desarrollo económico hacia la obtención de un desarrollo sustentable, de ahí parte la relevancia del estudio de los hábitos de compra de la sociedad para el entendimiento de sus decisiones de consumo.⁶

¹ Paul Samuelson y William Nordhaus, *Economía* (México, Mc Graw Hill, 2013).

² Oscar Henao y José Fernando Córdoba, "Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica", *Revista Entramado* Vol: 3 (2007): 18-29.

³ Melisa Raiteri y Hugo Ocaña, "El Comportamiento del Consumidor Actual" (Tesis pregrado en Licenciatura en Administración, Universidad Nacional de Cuyo, 2016), 14-22.

⁴ Felipe Parrado y Magda Mendivelso, "Descripción de hábitos compra y endeudamiento en una muestra de consumidores del área metropolitana de Pereira", *Revista Científica Guillermo de Ockham*, Vol: 13 (2015): 107-115.

⁵ Danae Capriles y Anabella Laya, "Actitudes y Hábitos de Consumo de la Generación y en los Centros Comerciales" (Tesis pregrado en Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, 2006).

⁶ Alberto Galvan Corral; Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez; Jesús Bernardo Miranda Esquer y Arturo de la Mora Yocupicio, "Estudio de la percepción del desarrollo sustentable en el sector

De acuerdo al ingreso percibido los individuos deciden que consumir buscando cubrir en primera instancia sus necesidades básicas, al existir variaciones en el ingreso existen cambios en los patrones de consumo. Si bien es cierto que ante un mayor ingreso se destina una cantidad más alta de recursos a satisfacer necesidades secundarias, un uso inadecuado de los recursos económicos puede producir disminución en el ahorro familiar o la práctica hábitos de endeudamiento al momento de consumir.⁷ El ahorro es considerado un factor primordial para lograr una estabilidad económica sostenible en el tiempo, la práctica del ahorro es indispensable para el cumplimiento de metas individuales y familiares. Es fundamental la realización de investigaciones que promuevan buenos hábitos de compra que generen un uso adecuado de los recursos y que ayuden a la sociedad en general consumidores, comerciantes, mercadólogos y gobierno a maximizar sus beneficios a la par que se genera un escenario sostenible en el uso de los recursos económicos.⁸ Ante lo anterior el objetivo de este estudio es identificar los principales hábitos de compra de la población económicamente activa del municipio de Navojoa, Sonora, con la finalidad de establecer las diferencias entre la edad y los hábitos de compra. Se plantea la hipótesis nula e hipótesis alternativa:

H₀: No existe diferencia significativa entre los hábitos de compra y la edad

H₁: Existe diferencia significativa entre los hábitos de compra y la edad

Método

Diseño de investigación

El estudio es de tipo cuantitativo, de alcance descriptivo, transversal y con un diseño no experimental. Es cuantitativo porque es un proceso sistematizado y estructurado que se lleva a cabo en determinados pasos, el objetivo es probar una hipótesis basada en el cálculo numérico y el estudio estadístico.⁹ Es no experimental, ya que se identificó y analizó los hábitos compra y endeudamiento de una manera natural y transversal al realizarse en un periodo de tiempo determinado Por otra parte, el alcance de la investigación es descriptivo, es decir, busca especificar los hábitos de compra de acuerdo a la edad en el tiempo que se efectuará la investigación.¹⁰

Sujetos

El estudio estuvo compuesto por 268 personas, el grupo fue calculado mediante la fórmula de poblaciones finitas, teniendo como universo 63,524 sujetos población económicamente activa de la ciudad de Navojoa Sonora de acuerdo al último censo poblacional. Cada uno de los participantes fue contactado al azar de forma personal. Los criterios tomados en cuenta para la selección de la muestra fueron personas en cuatro

educativo de Navojoa, Sonora”, Revista Electrónica de Investigación Educativa Sonorense, Vol: 11 (2012): 20-36.

⁷ Blanca Delia Vázquez Delgado y Humberto Palomares León, “Condiciones del consumo e ingreso de la población de Piedras Negras, Coahuila”, Revista Papeles de población, Vol: 8 (2002): 140-163.

⁸ Edwin Oswaldo Gil Mateus y Héctor Fabio Ríos Hernández, “Hábitos y preferencias de consumo en estudiantes universitarios”, Revista Dimensión Empresarial, Vol: 14 (2016): 55-72.

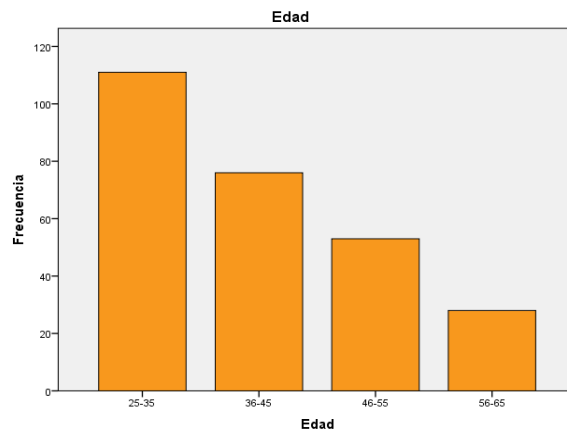
⁹ Carlos Arturo Monje Alvarez, “Metodología de la investigación Cualitativa y Cuantitativa” (Universidad Sur Colombiana, 2011).

¹⁰ Roberto Hernandez Sampieri; Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, Metodología de la investigación (México D.F.: Editorial Mc Graw Hill, 2014).

rangos de edad (Ver tabla 1 y grafico 1), de género femenino y masculino que se encontraran laborando a la fecha de la investigación.

Grupo	Rango de Edad
1	De 25-35 años
2	De 36-45 años
3	De 46-55 años
4	De 56-65 años

Tabla 1
Rangos de Edad
Fuente: Elaboración Propia



Grafica 1
Porcentaje de rangos de edad
Fuente: Elaboración Propia

Instrumento

El instrumento que se utilizó fue “Escala de hábitos y conductas de compra” fue diseñado y validado por Denegri, Palavecinos, Ripoll y Yánez en 1999 posteriormente adaptado por Ortega, V., & Rodriguez, J. en 2004¹¹ y utilizado por Parrado y Mendivelso 2015 en el estudio Descripción de hábitos compra y endeudamiento en una muestra de consumidores del área metropolitana de Pereira.¹² En el primer apartado del instrumento se solicitan datos demográficos, edad, genero, nivel de ingreso y ocupación. La encuesta se compone de 19 reactivos en escala Likert con tres opciones de respuesta (si, a veces, no), en donde se analizan tres dimensiones de hábitos de consumo: hábitos de planificación de consumo, hábitos de compra y hábitos de endeudamiento.

¹¹ Virgilio Ortega y Juan Carlos Rodriguez Vargas, “Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad”, Revista International Journal of Clinical and Health Psychology, Vol: 4 (2004): 121-136.

¹² Felipe Parrado y Magda Mendivelso, “Descripción de hábitos compra y endeudamiento...”

Procedimiento

En la fase inicial y para efectos de la investigación se seleccionó como área de aplicación del instrumento la zona urbana del municipio de Navojoa, Sonora, la aplicación se llevó a cabo en forma de entrevista individualizada, informando a los sujetos el objetivo del estudio. En la segunda fase se realizó la captura y codificación de los datos obtenidos en el programa estadístico SPSS versión 23 (Statistical Package for the Social Sciences), posteriormente se corrieron las pruebas estadísticas necesarias. En la tercera fase se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones del instrumento.

Resultados

A continuación, se muestra el análisis para determinar la relevancia de las variables estudiadas. En la dimensión planificación de los hábitos de compra los sujetos de estudio, aseguran tener un nivel medio en la planificación de sus compras, ya que un 61.9% de la muestra afirma que solo en ocasiones realiza una lista de los productos y servicios que necesita comprar, distribuye su dinero y ordena sus productos por orden de importancia y planifica sus compras con antelación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	86	32.1	32.1
Medio	166	61.9	94.0
Bajo	16	6.0	100.0
Total	268	100.0	

Tabla 2
Resultados: Dimensión Hábitos de Planeación de Compra
Fuente: Elaboración Propia

En la dimensión hábitos de compra en la que se incluyen reactivos como ¿Selecciona los productos según su calidad?, ¿Compara precios entre distintas marcas? o, ¿Pregunta por el tiempo de garantía de sus productos?, el 58% asegura que solo a veces practica estos hábitos, por otra parte, el 30.2 % afirma que siempre pone en práctica hábitos de compra al momento de adquirir bienes y servicios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	81	30.2	30.2
Medio	156	58.2	88.4
Bajo	31	11.6	100.0
Total	268	100.0	

Tabla 3
Dimensión Hábitos de Compra
Fuente: Elaboración Propia

En la dimensión hábitos de endeudamiento el 59% respondió, que a veces practica hábitos de endeudamiento como gastar más de lo que debería o comprar habitualmente a crédito, el 29.5% asegura que con frecuencia recurre al endeudamiento para realizar la compra de bienes o servicios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	79	29.5	29.5
Medio	159	59.3	88.8
Bajo	30	11.2	100.0
Total	268	100.0	

Tabla 4
Resultados: Dimensión hábitos de endeudamiento
Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 5 se muestran una comparación de las medias y desviación estándar por dimensión para los cuatro grupos de edad.

	Edad	N	Media	Desviación estándar
<i>Hábitos P. Compra</i>	25-35	111	1.79	.541
	36-45	76	1.75	.614
	46-55	53	1.68	.547
	56-65	28	1.61	.497
	Total	268	1.74	.560
<i>Hábitos de Compra</i>	25-35	111	1.84	.596
	36-45	76	1.95	.651
	46-55	53	1.70	.575
	56-65	28	1.57	.634
	Total	268	1.81	.620
<i>Hábitos Endeudamiento</i>	25-35	111	1.86	.653
	36-45	76	1.82	.626
	46-55	53	1.74	.560
	56-65	28	1.79	.499
	Total	268	1.82	.612

Tabla 5
Estadísticos descriptivos por dimensión y rangos de edad
Fuente: Elaboración propia

Al correr el modelo ANOVA, en la dimensión hábitos de planificación de compra y la variable edad, se observa que no existe diferencia significativa entre la práctica de hábitos de planeación de compra y la edad, al obtener un valor de significancia de .362 (ver tabla 6), resultado que se respalda con la prueba de homogeneidad de varianzas de levene en donde se asumen varianzas iguales para los cuatro grupos al tener un valor de significancia superior a 0.05 (ver tabla 7).

	Suma de cuadrados	de gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1.006	3	.335	1.071	.362
Dentro de grupos	82.710	264	.313		
Total	83.716	267			

Tabla 6
Modelo ANOVA, dimensión: "hábitos de planificación de compra"
Fuente: Elaboración propia

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
1.314	3	264	.270

Tabla 7
Prueba de Homogeneidad de varianzas, Dimensión Hábitos de planeación de compra
Fuente: Elaboración propia

En la dimensión hábitos de compra se establece que si existe diferencia significativa entre la edad y los hábitos de compra al obtener un valor de significancia 0.019 en el modelo ANOVA (ver tabla 8).

	Suma de cuadrados	de gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	3.774	3	1.258	3.358	.019
Dentro de grupos	98.898	264	.375		
Total	102.672	267			

Tabla 8.
ANOVA Dimensión "Hábitos de Compra"
Fuente: Elaboración propia

Para identificar los grupos entre los que existe diferencia en la dimensión hábitos de compra se aplicó la prueba t de student entre dos grupos (Tabla 9), arrojando diferencias significativas entre los grupos 1- 4, 2 - 4 y 3-2. Lo que permite establecer que la práctica de hábitos de compra es diferente entre estos grupos de edad.

Análisis de los hábitos de compra y endeudamiento en relación con la edad en una muestra de consumidores del Sur... pág. 144

Grupo 4 y Grupo 1	Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Se asumen varianzas iguales	2.388	0.125	2.087	137	0.039
No se asumen varianzas iguales			2.01	39.89	0.051
Grupo 4 y Grupo 2					
Se asumen varianzas iguales	1.726	.192	2.630	102	.010
No se asumen varianzas iguales			2.662	49.362	.010
Grupo 4 y Grupo 3					
Se asumen varianzas iguales	1.298	.258	.910	79	.365
No se asumen varianzas iguales			.883	50.566	.382
Grupo 3 y Grupo 1					
Se asumen varianzas iguales	.653	.420	1.420	162	.157
No se asumen varianzas iguales			1.439	105.938	.153
Grupo 3 y Grupo 2					
Se asumen varianzas iguales	.522	.471	2.243	127	.027
No se asumen varianzas iguales			2.294	120.063	.024
Grupo 2 y Grupo 1					
Se asumen varianzas iguales	.004	.948	-1.189	185	.236
No se asumen varianzas iguales			-1.169	151.718	.244

Tabla 9
Prueba t student dimensión: "hábitos de compra"

Al aplicar el modelo ANOVA a la dimensión hábitos de endeudamiento, se puede establecer que los hábitos de endeudamiento no dependen de la edad, al obtener un valor de significancia de .643 (Ver tabla 10) lo que indica que no existen diferencias significativas entre la edad y los hábitos de endeudamiento.

	Suma de cuadrados	de gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.631	3	.210	.558	.643
Dentro de grupos	99.410	264	.377		
Total	100.041	267			

Tabla 10
ANOVA dimensión: "Hábitos de endeudamiento"
Fuente: Elaboración Propia

Al analizar los resultados se puede determinar que se cumple con el objetivo de la investigación de identificar los principales hábitos de compra de la población económicamente activa del municipio del sur de Sonora, con la finalidad de establecer diferencias entre la edad y los hábitos de compra, se determinó que existe diferencia entre tres grupos en la dimensión hábitos de compra. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula que plantea igualdades entre los hábitos de compra y la edad y se acepta la hipótesis alternativa que establece diferencias significativas.

Por otra parte, existe coincidencia con la investigación de Parrado y Mendivelso, en donde se evidencia que los participantes presentan una adecuada planeación de consumo, hábitos de compra y de endeudamiento.¹³

Conclusiones y Recomendaciones

En base a los resultados se concluye en forma general no existen diferencias significativas en la planificación de hábitos de compra y hábitos de endeudamiento entre los cuatro grupos de edad, en lo referente a la dimensión de hábitos de compra existe diferencia entre los grupos 1- 4, 2 - 4 y 3-2, los grupos 1 y 2 representan la edad más baja de la muestra y 3 y 4 los rangos de mayor de edad, por lo tanto, existe una mejor práctica de los hábitos de compra en los grupos con mayor edad.

Como recomendaciones se sugiere ampliar este estudio a una muestra más amplia sobre todo en el último rango de edad, con la finalidad de comparar resultados, así mismo importante contrastar el instrumento con otras variables como el nivel de ingresos o la escolaridad para establecer de esta forma posibles hallazgos de diferencias significativas con dichas variables. Bien es sabido que con los constantes cambios económicos y comerciales propiciados por la globalización existe una nueva forma de realizar transacciones comerciales, esto se da a través del comercio electrónico por lo que es de suma importancia se tomen en cuenta estos reactivos de este tipo dentro del instrumento para futuras investigaciones.

Bibliografía

Capriles, Danae y Laya, Anabella. Actitudes y Hábitos de Consumo de la Generación y en los Centros Comerciales. Tesis pregrado en Licenciatura en Comunicación Social en Universidad Católica Andrés Bello. 2006.

Galván Corral, Alberto; Hinojosa Rodríguez, Carlos Jesús; Miranda Esquer, Jesús Bernardo y De la Mora Yocupicio, Arturo. "Estudio de la percepción del desarrollo sustentable en el sector educativo de Navojoa, Sonora". Revista Electrónica de Investigación Educativa Sonorense Vol: 11 (2012):20-36.

Gil Mateus, Edwin Oswaldo y Ríos Hernández, Héctor Fabio. "Hábitos y preferencias de consumo en estudiantes universitarios". Revista Dimensión Empresarial Vol: 14 (2016): 55-72.

Henao, Oscar y Córdoba, José Fernando. "Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica". Revista Entramado Vol: 3 (2007):18-29.

¹³ Felipe Parrado, Magda Mendivelso, "Descripción de hábitos compra y endeudamiento..."

Análisis de los hábitos de compra y endeudamiento en relación con la edad en una muestra de consumidores del Sur... pág. 146

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. Metodología de la investigación. México D.F: Mc Graw Hill. 2014.

Monje Álvarez, Carlos Arturo. Metodología de la investigación Cualitativa y Cuantitativa. Colombia: Universidad Sur Colombiana. 2011.

Ortega, Virgilio y Rodríguez Vargas, Juan Carlos. "Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad". Revista International Journal of Clinical and Health Psychology Vol: 4 (2004): 121-136.

Parrado, Felipe y Mendivelso, Magda. "Descripción de hábitos compra y endeudamiento en una muestra de consumidores del área metropolitana de Pereira". Revista Científica Guillermo de Ockham Vol: 13 (2015): 107- 115.

Raiteri, Melisa y Ocaña, Hugo. El Comportamiento del Consumidor Actual. Tesis pregrado en Licenciatura en Administración en, Universidad Nacional de Cuyo. 2016.

Samuelson, Paul y Nordhaus, William. Economía. México: Mc Graw Hill. 2013.

Vázquez Delgado, Blanca Delia y Palomares León, Humberto. "Condiciones del consumo e ingreso de la población de Piedras Negras, Coahuila". Revista Papeles de población Vol: 8 (2002): 140-163.

CUADERNOS DE SOFÍA EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.

MTRA. MARISOL GALAVIZ ZAMORA / MTRA. PRISCILIA ROSSEL AMARILLAS IBARRA
DRA. CELIA YANETH QUIROZ CAMPAS