

HÁBITOS DE COMPRA EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

Díaz Garrido, Celia; Giménez-Balaguer Pérez-Crespo, Héctor; Martínez Liarte, Sara; Sánchez Martínez, Darío



Resumen

Se ha realizado un estudio del comportamiento de las personas atendiendo a la edad y el sexo. En el cual se aclaran cuales son los hábitos de compra estudiando la relación que existe entre sus ingresos y sus gastos en ropa. También se muestran claramente los gustos y preferencias a la hora de comprar.



Introducción

- La forma de comprar ropa ha cambiado mucho ya que las tiendas han cambiado su forma de marketing y publicidad.
- El cuestionario nos ha ayudado a saber cuales son las tiendas más comunes y cuánto se gasta la gente al mes.
- Hablamos del avance de la tecnología y de cómo la compra online es más común y de que es más viable.
- La principal razón por la que hemos hecho este trabajo es para que la gente sepa sobre sus hábitos de compra en moda y que adquieran consciencia.

Objetivos

- Conocer qué tiendas y marcas favoritas.
- Comparar los gastos mensuales en ropa según la edad de los consumidores.
- Determinar si los compradores optan por adquirir sus prendas en tiendas físicas o en sitios web.
- Descubrir los filtros que aplican los compradores para elegir su ropa.

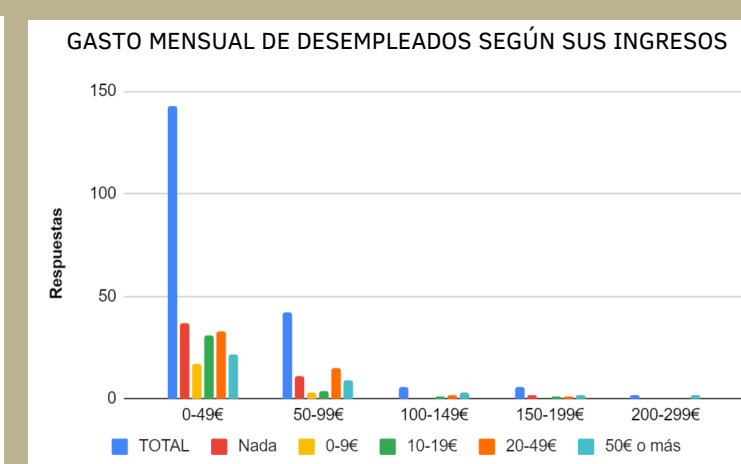
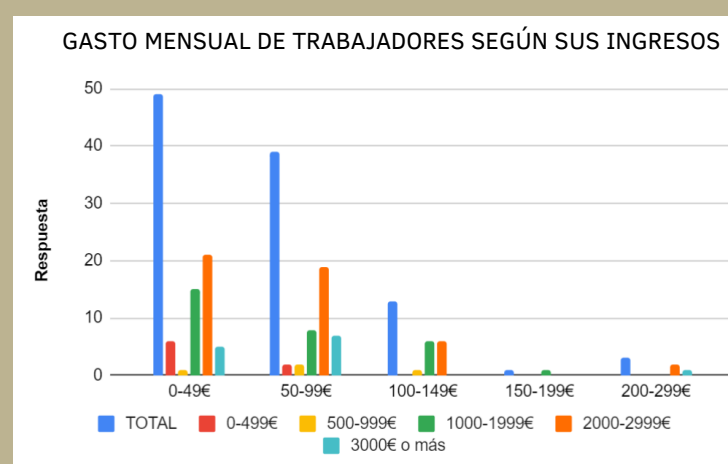
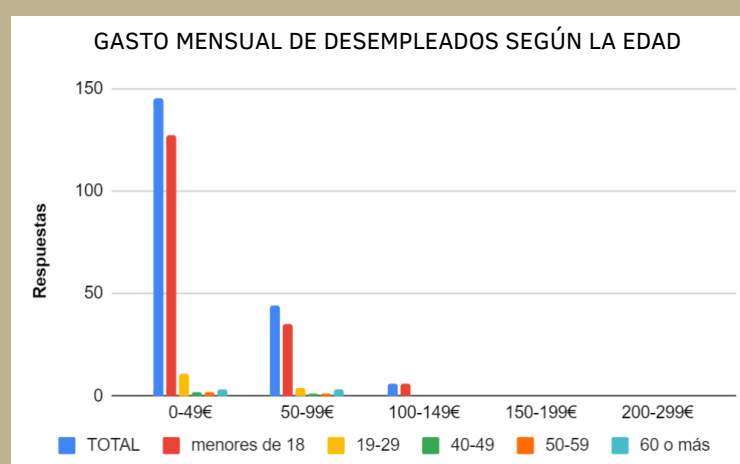
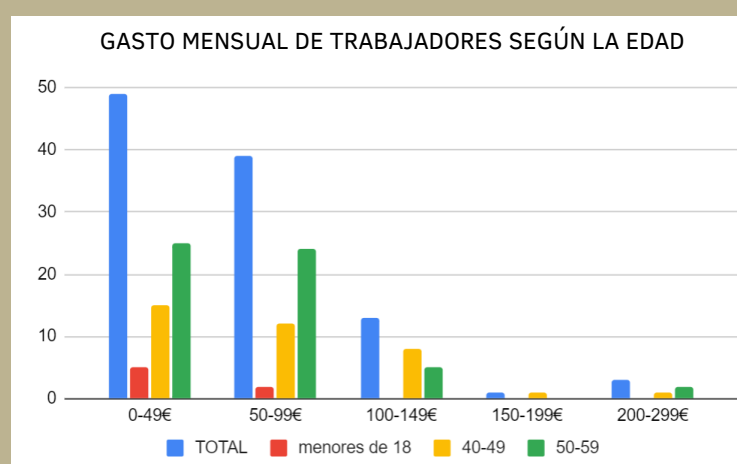
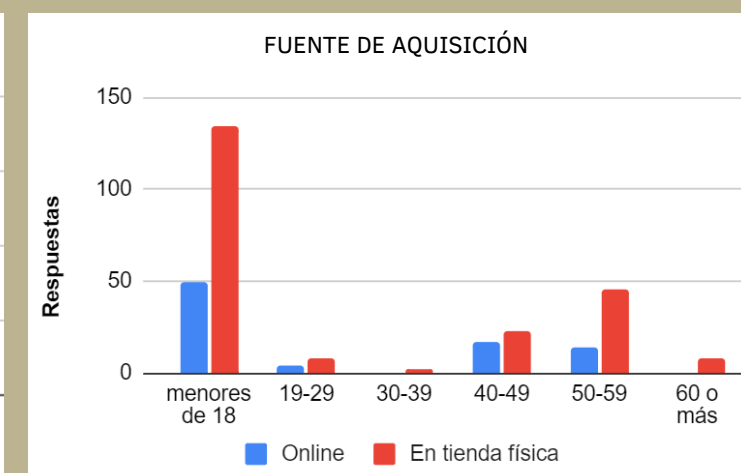
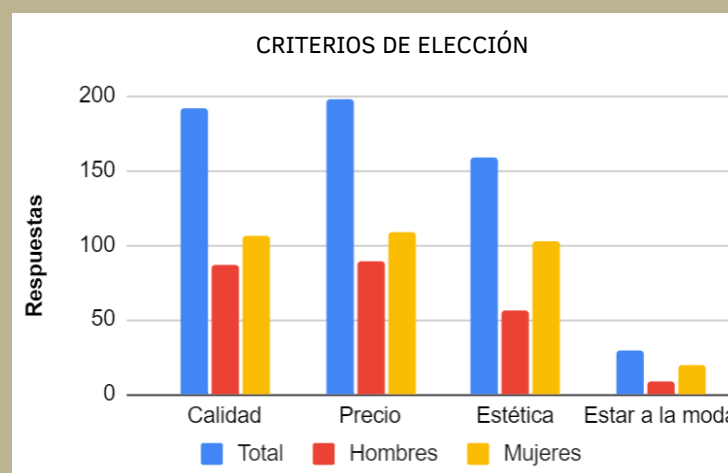
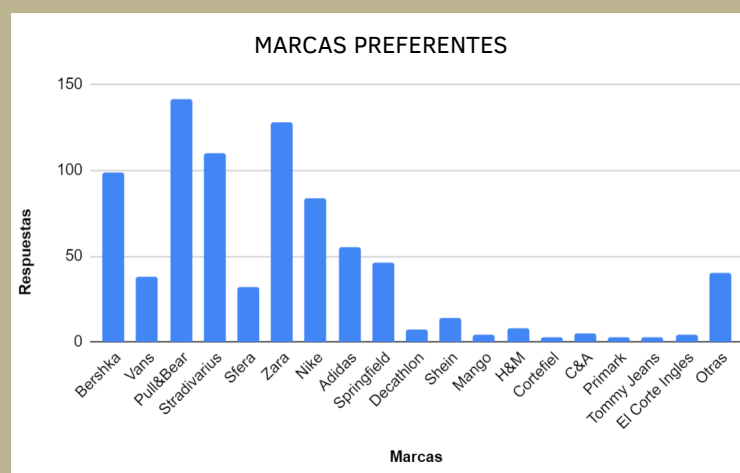


Metodología

- Encuestas repartidas a gente de todas las edades y géneros de Cartagena.
- 304 personas.
- Preferencias según género, edad e ingresos.
- Herramienta empleada hojas de cálculo Google.



Resultados



Conclusión:

- Las tiendas más utilizadas son Pull&Bear, Stradivarius y Bershka.
- Las personas mas mayores gastan menos y las menores de 18 años gastan más.
- Las tiendas físicas son más frecuentadas que las online.
- La mayoría opta por una buena calidad y estética.



Bibliografía