

HÁBITOS DE COMPRA EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

Díaz Garrido, Celia; Giménez-Balaguer Pérez-Crespo, Héctor; Martínez Liarte, Sara; Sánchez Martínez Darío
IES Mediterráneo
María Sánchez Meroño; Antonio Barcelona Martínez
maria.sanchez23@murciaeduca.es; 4395912@alu.murciaeduca.es

RESUMEN:

Debido a que la compra de ropa es algo cada vez más común en la gente, se ha querido estudiar el comportamiento de las personas, teniendo en cuenta un sistema de análisis impartido según la edad y el género. En este estudio se aclaran cuales son los hábitos de compra de la gente, se estudia la relación que existe entre sus ingresos y los gastos mensuales en ropa, y se demuestra que existe una obvia concordancia entre estas variables mediante una encuesta realizada a gente de toda Cartagena. Las personas encuestadas muestran claramente sus gustos y preferencias a la hora de comprar sus prendas. Los datos obtenidos en las encuestas han sido analizados y presentados en tablas y gráficos mediante el uso de hojas de cálculo de Google.

Palabras clave: Compra, ropa, venta, marca, tienda, consumo, dinero, hábitos de compra, compra de moda.

ABSTRACT:

Because the purchase of clothes is something increasingly common in people, we wanted to study the behavior of people, taking into account a system of analysis taught according to age and gender. This study clarifies what people's shopping habits are, studies the relationship between their income and monthly expenses on clothing, and shows that there is an obvious agreement between these variables through a survey of people from all over Cartagena. The people surveyed clearly show their tastes and preferences when buying their clothes. The data obtained in the surveys have been analyzed and presented in tables and graphs through the use of Google spreadsheets.

Key words: Purchase, clothes, sales, brand, store, consumption, money, shopping habits, fashion shopping.