

HÁBITOS DE CONSUMO Y SENSIBILIDAD EN EL SECTOR TEXTIL

Profesorado coordinador: Juana Sánchez y Alfonso Anierte

Esther Giro García, Nuria Jiménez Pérez, María Martínez Huertas, Lucía Gambín Orta

IES San Isidoro

C/Juan García, s/n. 30310 Cartagena (Murcia)

www.iessanidoro.es

alfonso.aniorte@gmail.com

Este trabajo trata de una de las constantes de las ciencias sociales como es la asociación de sucesos que afectan a grupos de población con el comportamiento derivado de tales acontecimientos. Uno de los campos dónde se está evolucionando más hoy en día, y que está dependiendo mucho del desarrollo tecnológico actual, es el mundo de la moda y las diferentes técnicas de ventas, ya sean en tienda o a través de webs, usando ordenadores, tablets, móviles, etc. El trabajo se ha centrado en el Grupo Inditex, por la variedad de tipos de tiendas, y los diferentes medios de acceso a sus productos. Lo que se ha querido estudiar son los hábitos de consumo de las personas en función de las variables tales como la edad, el sexo, etc. También se pretende determinar si los compradores compran teniendo en cuenta el origen de la ropa, su producción, comprobando de esta manera la sensibilidad que hay en estos tiempos en el sector textil. Para ello se han realizado una serie de encuestas, intentando evitar el sesgo, que han sido pasadas a una muestra de 310 personas aleatorias, donde se han analizado los factores anteriores. Con el objetivo de relacionar variables como la edad y el sexo, con la compra online, el tipo de producto, y las tiendas de Inditex más solicitadas. Para pasar las encuestas, se han visitado diversos centros comerciales, zonas comerciales y de otro tipo de ámbitos. A partir de los datos obtenidos, se realizará el tratamiento de éstos y se elaborarán los gráficos adecuados para establecer las relaciones previstas y poder obtener las conclusiones correspondientes.

Palabras clave: *hábitos, compras on line, ropa, tiendas.*