



Resumen

Una constante de las ciencias sociales es la asociación de sucesos que afectan a grupos de población con el comportamiento derivado de tales sucesos. Y esto se ve muy claro en una sociedad de consumo como la actual donde las empresas trabajan con el objetivo de satisfacer las tendencias en moda en distintas franjas de edad. El grupo Inditex, uno de los mayores distribuidores de moda hoy en día, que tiene como objetivo escuchar atentamente a los clientes para ofrecerles las propuestas de moda que desean. Este se define por ofrecer productos con la mejor calidad para las diferentes franjas de edad.

Objetivos principales:

- Analizar los hábitos de compra y el sentido crítico de la población de nuestro entorno, en cuanto al consumo de productos textiles.
- Estudiar las estrategias y forma de trabajo del grupo Inditex.

Objetivos secundarios:

- Extracción de información práctica de noticias y artículos sobre el fenómeno analizado.
- Manejo de los instrumentos básicos para hacer una encuesta.
- Detectar y evitar el sesgo como uno de los principales problemas en las encuestas.
- Saber utilizar métodos atractivos de presentación de conocimientos

Metodología

1. Descripción del fenómeno.
2. Estudio de los principales fundamentos teóricos.
3. Estudio teórico de los principales indicadores socioeconómicos actuales del sector.
4. Críticas a los modelos planteados.
5. Obtención de los indicadores considerados clave para el modelo, para preparar la encuesta y los resultados.



Material



Resultados

Frecuencia de compra en mujeres 50-65 años

- muy poco
- una vez al mes
- varias veces al día
- una vez a la semana
- varias veces a la semana



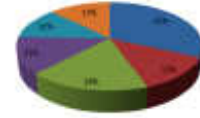
Factores que se aprecian a la hora de comprar un producto

- precio
- calidad
- marca
- precio con respecto que pagaba en otros
- que sean productos de prestigio



Factores que se aprecian a la hora de comprar un producto

- precio
- calidad
- marca
- precio con respecto que pagaba en otros
- que sean productos de prestigio



Conclusiones

- La edad y el sexo influyen en los hábitos de consumo de hoy en día.
- Se ha demostrado que hay muy poca sensibilidad en el sector textil y que el origen de la ropa no influye a los compradores.
- Existen grandes problemas de explotación laboral por las grandes empresas, las cuales trabajan en países subdesarrollados.

Referencias

- <https://www.inditex.com/home.jsessionid=RzBBCmiiY41ER04Y/a3ud92>
- <https://modarapida.wordpress.com/home/breve-historia/>
- <http://www.eoi.es/blogs/antoniocastano/2011/12/04/analisis-del-negocio-del-grupo-inditex/>

Agradecimientos

A Alfonso Aniorte por guiarnos a la hora de realizar este trabajo, a Daniel Cortijo por su ayuda, colaboración y motivación durante todo el curso y a nuestros amigos y familia por su apoyo y paciencia