

# ¿DÓNDE VAMOS A COMPRAR?

**Autoras;**

- ✓ Nerea San Emeterio Otaño
- ✓ Elisa Navalón Baena
- ✓ Claudia Relinque Ramírez
- ✓ Alba Tejada Bernaldo-Dequirós

**Curso;**

2ºESO

**Profesora;**

- ✓ Gloria Madurga Terrazas

**Colegio;**

- ✓ Purísima Concepción y Sta. M<sup>a</sup> Micaela, Adoratrices de Logroño

# Índice

<b>1. Introducción</b>	Página 2
<b>2. Toma de datos</b>	Página 3
<b>3. Análisis de datos</b>	Página 4
<b>4. Conclusiones</b>	Página 11
<b>5. Mejoras</b>	Página 12

## **1. Introducción**

Elegimos este estudio estadístico para conocer y dar a conocer el estilo de compra de los riojanos que viven cerca de Logroño.

Queríamos saber cuáles son sus costumbres en la compra habitual, semanal y mensual, así como conocer dónde prefieren comprar un regalo o ropa de temporada.

Dentro de este estudio diferenciamos tres tipos de establecimientos de compra; Hipermercado o gran superficie en el extrarradio; Supermercado y Tienda de Ultramarinos o Tienda de Barrio.

Después también queríamos saber exactamente su centro comercial y su zona comercial preferida para comprar y nos referimos directamente a los Centros Comerciales de Berceo, ParqueRioja y Las Cañas, y en el caso de las zonas comerciales a la Zona de las 100 tiendas, Portales, Gran Vía y Avda. de La Paz.

También queríamos saber sus preferencias a la hora de comprar por Internet y qué grado de confianza les dan de este tipo de compras.

En un principio también queríamos haber hecho el estudio diferenciando por sexos pero la encuesta ha sido contestada mayoritariamente por mujeres que por hombres y, por tanto, no creemos que sea un dato fiable.

La población de estudio son los riojanos que viven cerca de Logroño y la muestra alumnos de ESO, profesores y familias del entorno más próximo. En total 302 encuestas contestadas.

## **2. Toma de datos**

En primer lugar tuvimos que abrimos una cuenta Gmail para poder acceder a GoogleForms. Una vez abierta elaboramos la encuesta que se presenta en el ANEXO I.

Durante una semana se difundió la encuesta vía WhatsApp. Una vez cerrada la encuesta descargamos la tabla Excel que nos proporciona el programa y comenzamos a hacer el conteo.

Empezamos a analizar los datos por rango de edades y observamos que había muy pocas encuestas en las que el rango de edad fuera de 16 a 25 y por eso decidimos sumar los datos de este rango de edad a los del 14 a 16 y así obtener un rango de 14 a 25 años, que por otro lado es más equitativo a los demás rangos estudiados.

Luego seguimos analizando los datos y haciendo el conteo según lugar de residencia habitual, ya que nos parece importante la relación que hay entre donde se vive y donde se compra.

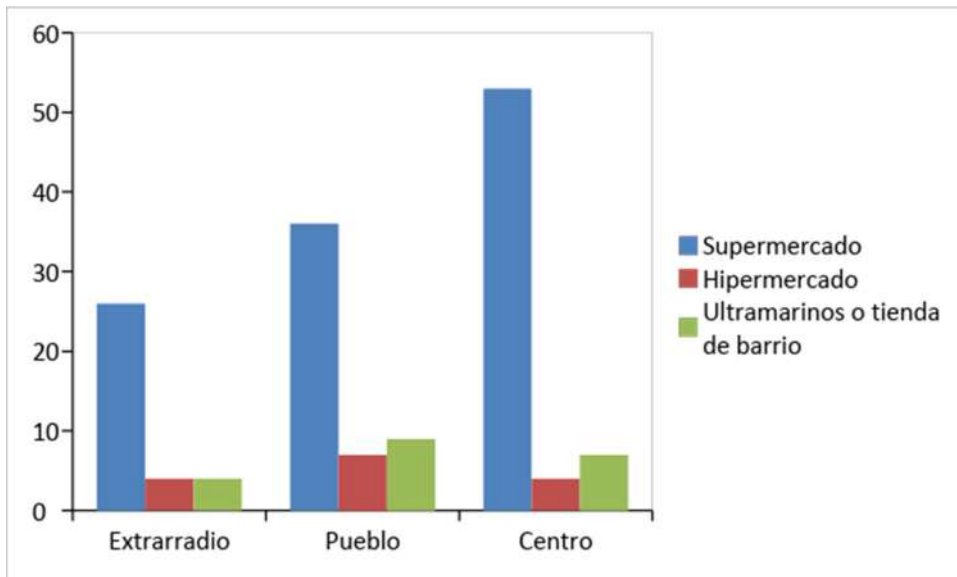
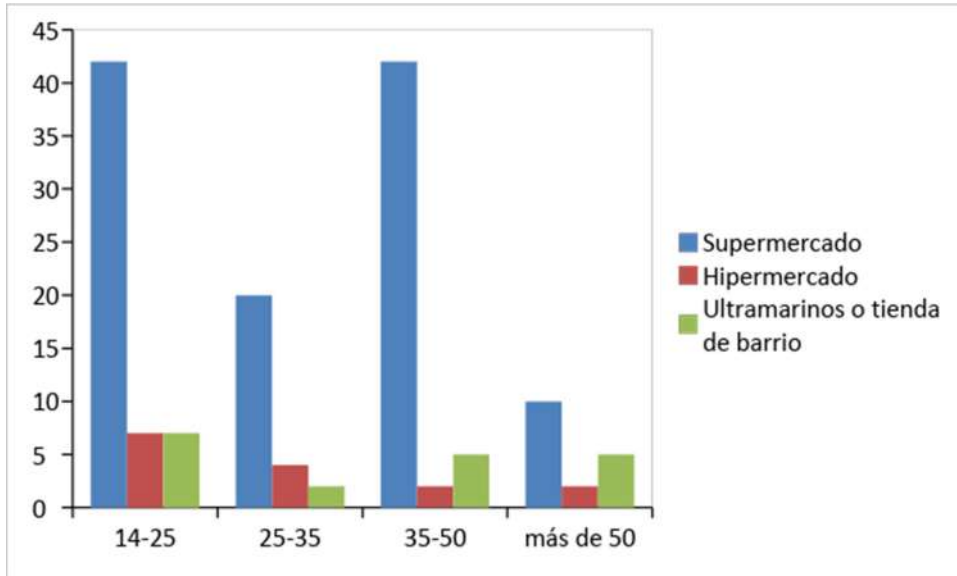
Nos repartimos el trabajo para el conteo que se recoge en la hoja Excel y se presenta en el ANEXO II. Nos llevó varias horas.

Con las diferentes tablas, se elaboraron los gráficos que detallaremos a continuación en el apartado de Análisis de datos.

### 3. Análisis de los datos.

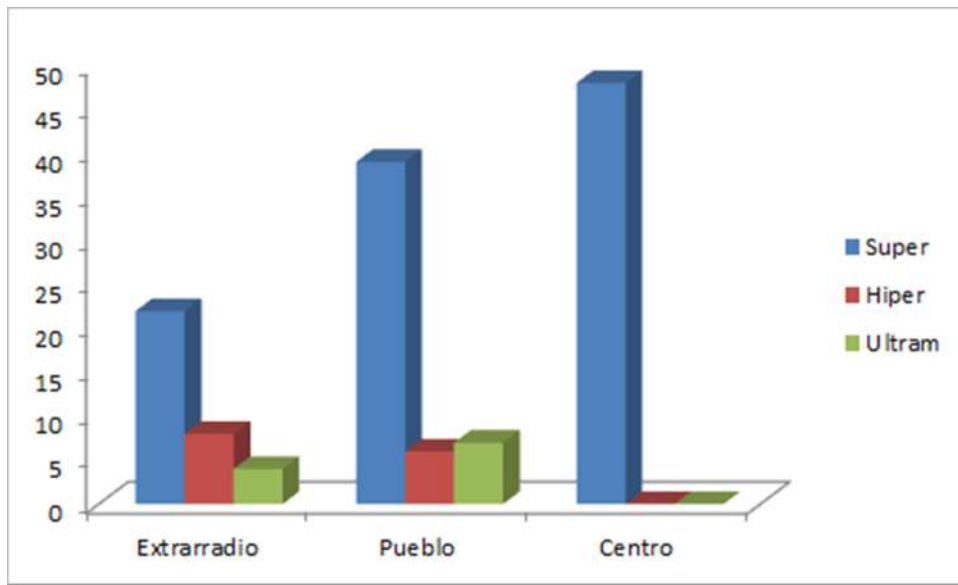
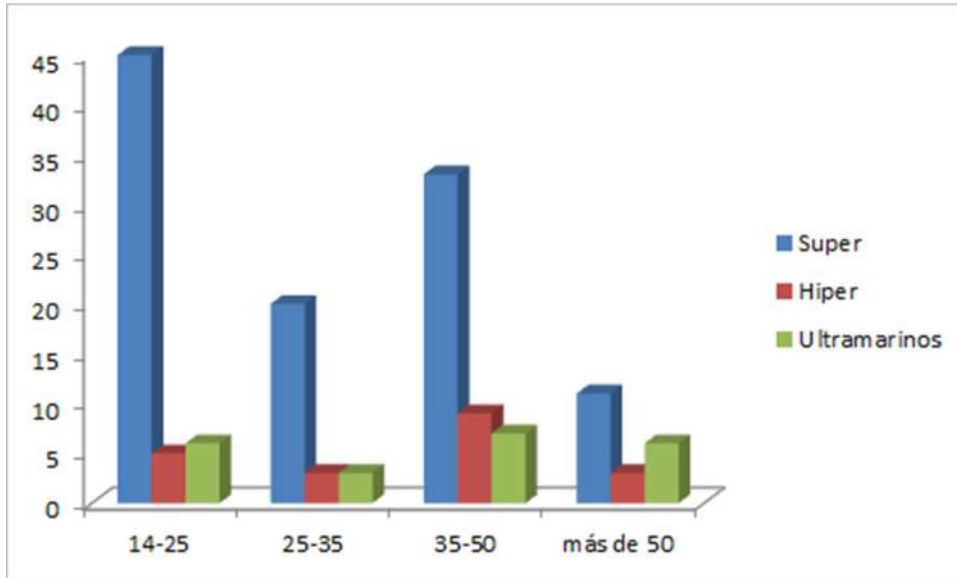
#### 3.1. ¿Dónde compra habitualmente?

Analizamos los datos según edad y según lugar de residencia y obtenemos los siguientes gráficos.



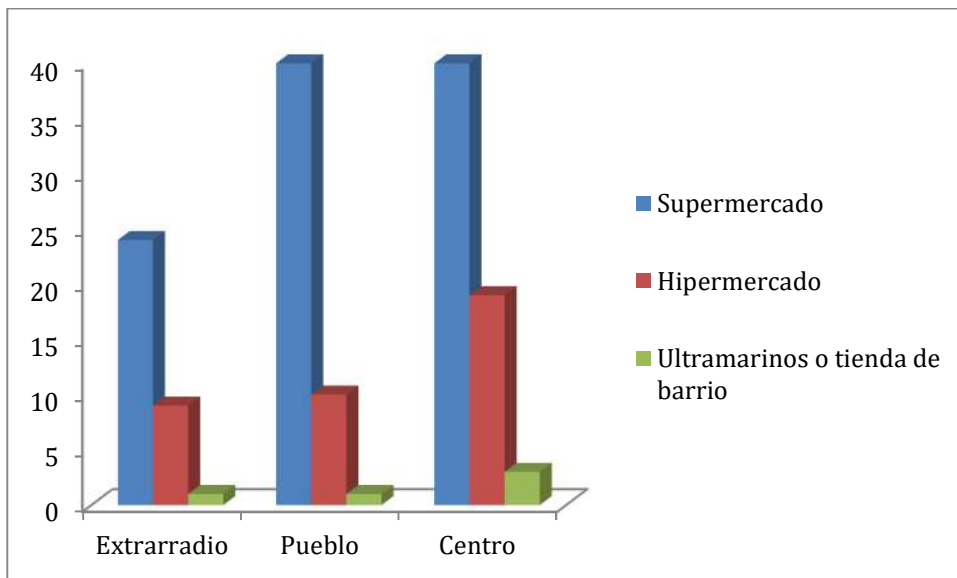
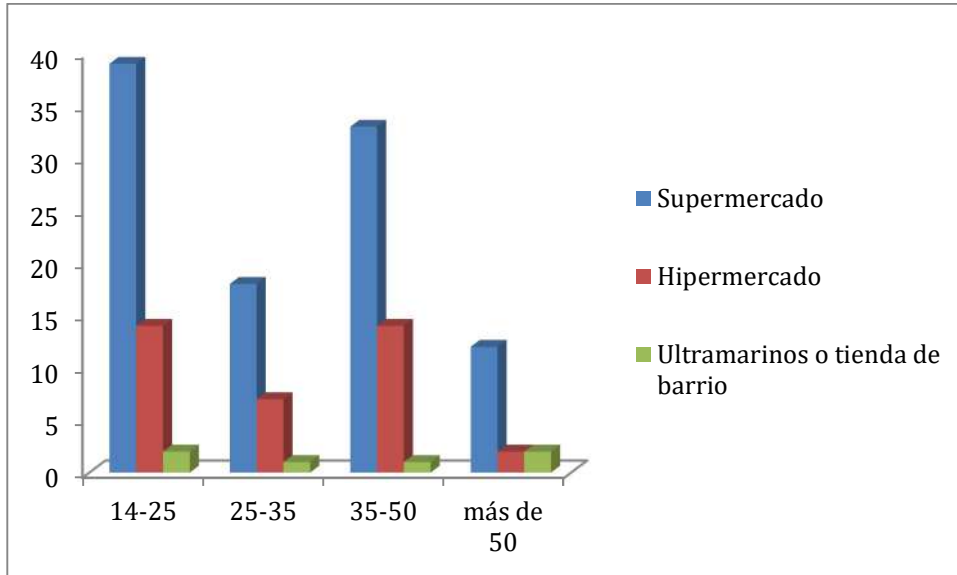
### 3.2. ¿Dónde realiza la compra semanal?

Al igual que en el apartado anterior analizamos los datos según edad y según lugar de residencia y obtenemos los siguientes gráficos.



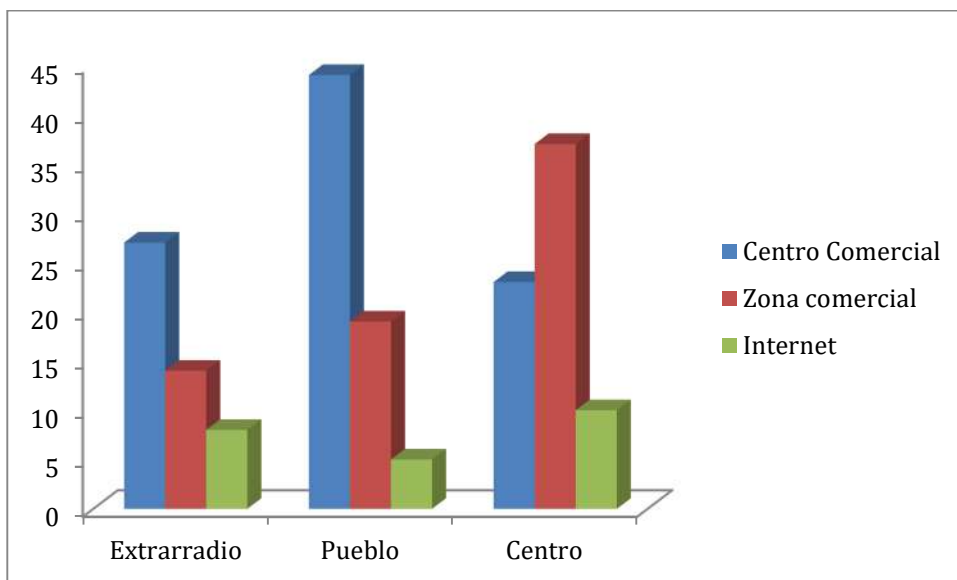
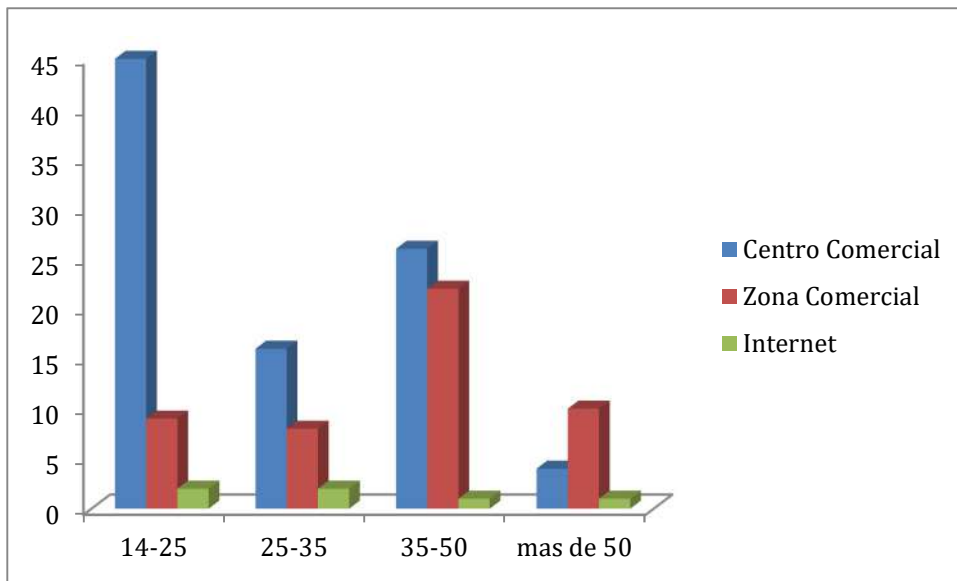
### 3.3. ¿Dónde realiza la compra mensual?

Como en los apartados anteriores según edad y según lugar de residencia obtenemos los siguientes gráficos.



### 3.4. Si va a comprar un regalo o ropa de temporada, ¿a dónde acude?

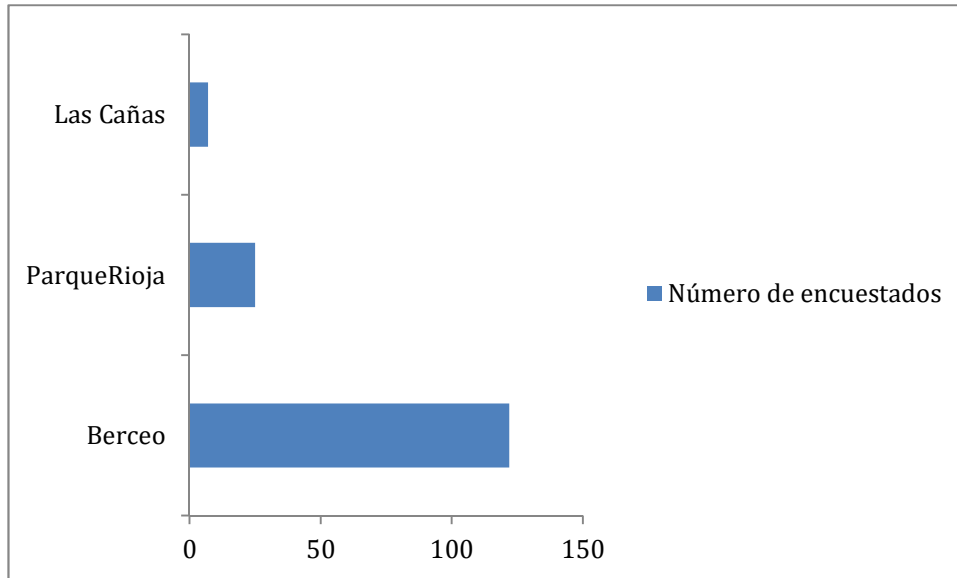
Nos interesa, como en los apartados anteriores según la edad y según residencia.





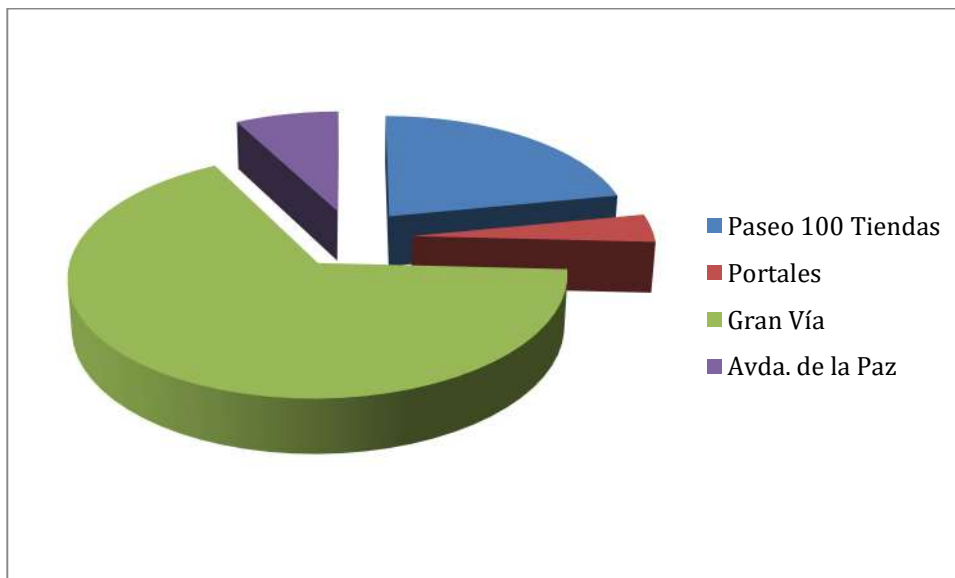
### 3.5. ¿A qué centro comercial acude con más frecuencia?

El análisis en este caso ha sido general. Se les daba las tres opciones que hay cerca de Logroño.



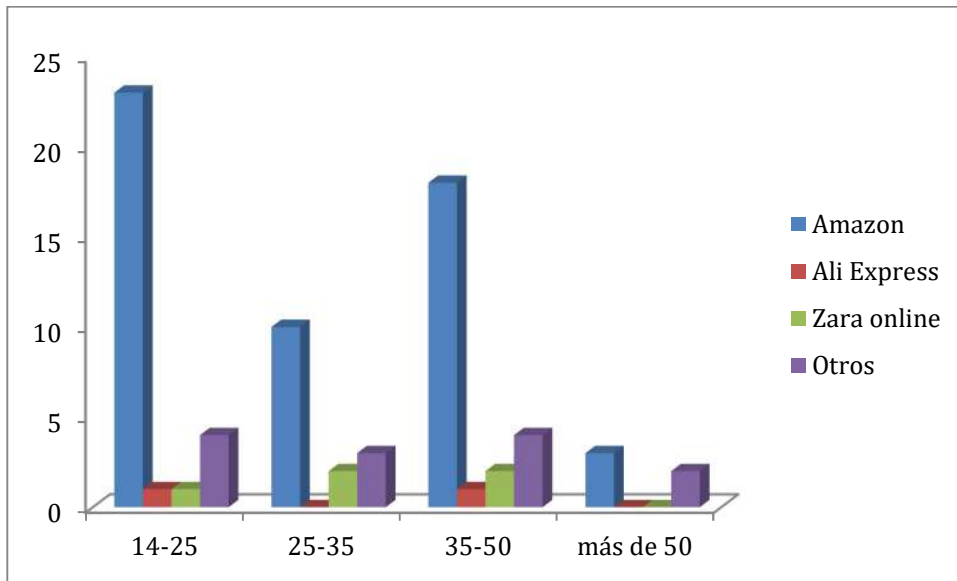
### 3.6. ¿A qué zona comercial acude con más frecuencia?

Se les daba cuatro opciones. En esta pregunta también se ha hecho un análisis general.

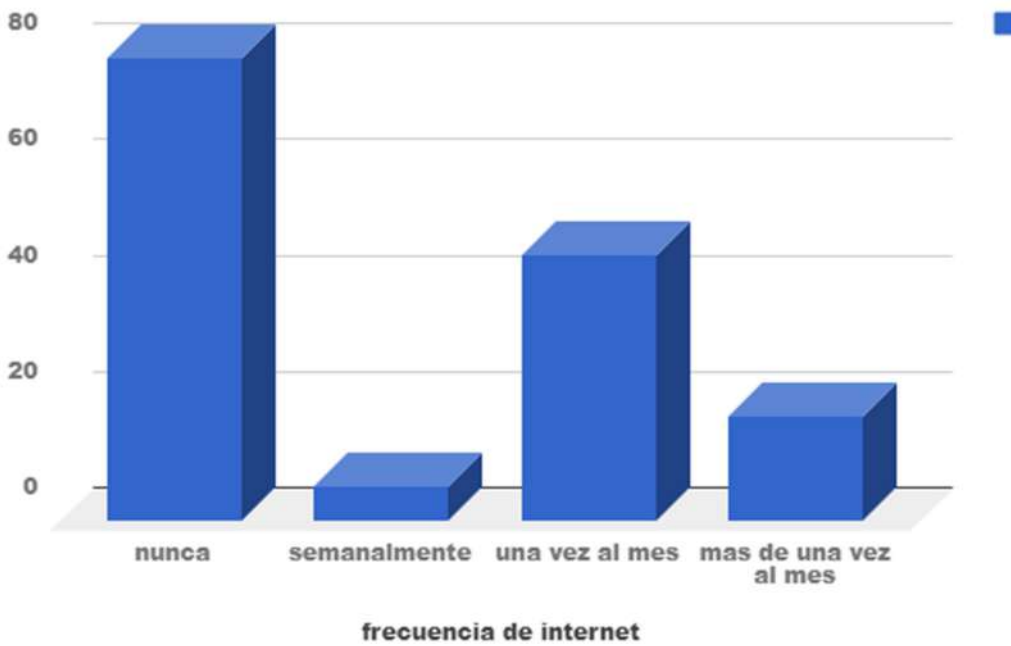


### 3.7. Si compra por Internet, ¿qué página emplea?

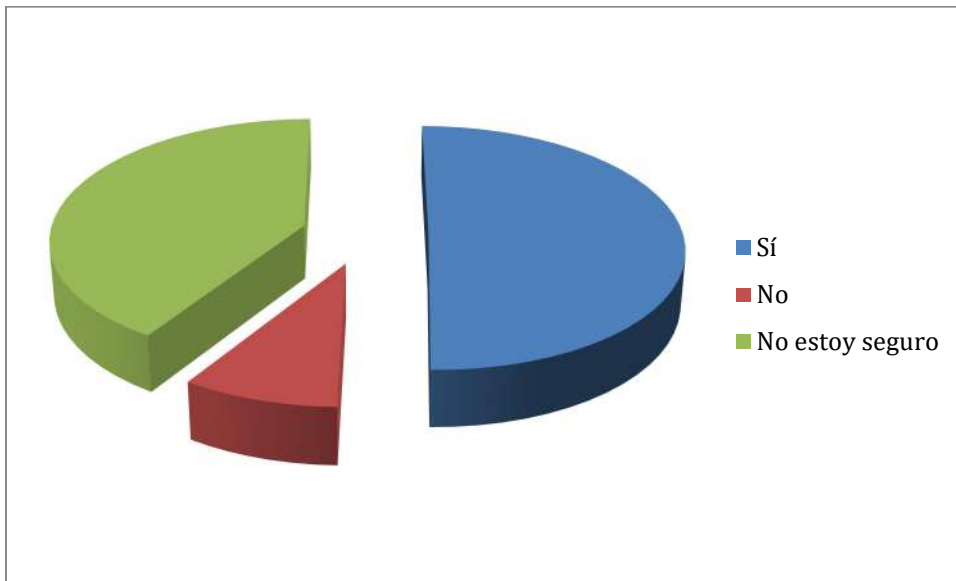
En este caso, solo atendemos a los diferentes rangos de edades.



### 3.8. ¿Con qué frecuencia compra por Internet?



3.9. ¿Cree que son fiables las compras online / Internet?



## 4. Conclusiones

Como conclusión principal vemos que los riojanos acuden a comprar mayoritariamente al Supermercado, para todas las edades y sea cual sea su lugar de residencia.

No obstante vamos analizando cada una de las gráficas para sacar distintas conclusiones que detallamos a continuación:

- La tienda de barrio es más utilizada por mayores de 50 años que en otros rangos de edades, un 25% emplea la tienda de ultramarinos mientras que en el resto de las edades el porcentaje es inferior.
- También vemos que pasa algo parecido con las personas que residen en un pueblo, aunque la diferencia no es tan notable.
- Si observamos los gráficos de rangos de edades para compra habitual, semanal y mensual, podemos ver que a medida que la compra es mayor, aumenta la compra en hipermercados.
- Otra conclusión que sacamos de los gráficos es que los más jóvenes prefieren el Centro Comercial que la Zona Comercial o Internet para comprar regalos, mientras que los más mayores prefieren la Zona Comercial, un estilo de compra más familiar.
- También que los residentes en el Centro compran más en las Zonas Comerciales del centro que en las Centros Comerciales.
- Vemos que el Centro Comercial preferido de los riojanos es el Berceo, después ParqueRioja y por último Las Cañas.
- Mientras que la Zona comercial preferida es la Gran Vía.
- La página de compra por Internet que más se usa es Amazon.
- Y otra importante conclusión que sacamos es que los riojanos, todavía, no compramos mucho por Internet. En ningún tramo de edad llega al 10%.
- No obstante, la fiabilidad de compras por Internet es alta, por lo tanto parece ser que a los riojanos les gusta salir y comprar, ya sea en un Centro Comercial o en una Zona Comercial.

## **5. Mejoras**

Durante la realización de este trabajo, nos hemos dado cuenta de varios aspectos a mejorar.

Uno de ellos es que los rangos de edades que se tomaron en un principio, el de 14 a 16 era muy pequeño y el de 16 a 25 también. Pero lo solucionamos juntando los dos y así conseguir, además, rangos parecidos.

Por otro lado, vemos que la muestra ha sido pequeña, sólo 151 encuestas realizadas, por lo tanto la difusión de éstas hay que mejorarla.

Y otro aspecto es la pregunta del sexo del encuestado. Pensábamos hacer análisis del hábito de compra diferenciado por sexos, pero no había casi hombres encuestados y por tanto no lo hemos trabajado.

Agradecemos su atención y esperamos conseguir sus expectativas.

## Estilo de compra

---

Somos un grupo de alumnos de 2º de ESO del Colegio Adoratrices de Logroño que estamos participando en un concurso de estadística. Nuestro trabajo consisten en estudiar el estilo de compra de la sociedad riojana actualmente. Por ello les pedimos que realicen la siguiente encuesta. Gracias por su colaboración.

---

### Rango de edad a la que pertenece

- de 14 a 16 años
- de 16 a 25 años
- de 25 a 35 años
- de 35 a 50 años
- más de 50 años

### Sexo

- Mujer
- Hombre

¿Dónde se encuentra su vivienda habitual?

- Centro de Logroño
- Extrarradio
- Pueblo

¿Dónde compra habitualmente?

- Hipermercado
- Supermercado
- Tienda de ultramarinos o de barrio

¿Dónde realiza la compra semanal?

- Hipermercado
- Supermercado
- Tienda de ultramarinos o de barrio

¿Dónde hace su compra mensual?

- Hipermercado
- Supermercado
- Tienda de ultramarinos o de barrio

Si va a ir a comprar un regalo o ropa de temporada, ¿a dónde acude?

- Centro Comercial
- Zona Comercial (Centro de la ciudad)
- Compra por Internet

Si hace alguna compra por Internet, ¿cuál es la página web que emplea para comprar?

Texto de respuesta corta

---

¿A qué Centro Comercial acude con más frecuencia?

- Berceo
- Las Cañas
- Parque Rioja



---

¿A qué zona comercial acude con más frecuencia?

Calle 100 tiendas

Calle Portales

Gran Vía

Avenida la Paz

¿Con qué frecuencia hace compras por Internet?

nunca

semanalmente

una vez al mes

más de una vez al mes

¿Cree que son fiables las compras online / Internet?

Si

No

No estoy seguro

## ANEXO II

### ¿Dónde compra habitualmente?

Rango de edad	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
14-25	42	7	7
25-35	20	4	2
35-50	42	2	5
más de 50	10	2	5

Lugar de residencia	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
Extrarradio	26	4	4
Pueblo	36	7	9
Centro	53	4	7

### ¿Dónde realiza la compra semanal?

Rango de edad	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
14-25	45	5	6
25-35	20	3	3
35-50	33	9	7
más de 50	11	3	6

Lugar de residencia	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
Extrarradio	22	8	4
Pueblo	39	6	7
Centro	48	0	0

### ¿Dónde realiza la compra mensual?

Rango de edad	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
14-25	39	14	2
25-35	18	7	1
35-50	33	14	1
más de 50	12	2	2

Lugar de residencia	Supermercado	Hipermercado	Ultramarinos o tienda de barrio
Extrarradio	24	9	1
Pueblo	40	10	1
Centro	40	19	3

**Si va a comprar un regalo o ropa de temporada, ¿a dónde acude?**

<b>Rango de edad</b>	<b>Centro Comercial</b>	<b>Zona Comercial</b>	<b>Internet</b>
14-25	45	9	2
25-35	16	8	2
35-50	26	22	1
más de 50	4	10	1

<b>Lugar de residencia</b>	<b>Centro Comercial</b>	<b>Zona comercial</b>	<b>Internet</b>
Extrarradio	27	14	8
Pueblo	44	19	5
Centro	23	37	10

**¿A qué centro comercial acude con más frecuencia?**

<b>Centro Comercial</b>	<b>Número Encuestados</b>
Berceo	122
ParqueRioja	25
Las Cañas	7

**¿A qué zona comercial acude con más frecuencia?**

<b>Zona Comercial</b>	<b>Número de encuestados</b>
Paseo 100 Tiendas	34
Portales	6
Gran Vía	103
Avda. de la Paz	12

**Si compra por Internet, ¿qué página emplea?**

<b>Rango de edad</b>	<b>Amazon</b>	<b>Ali Express</b>	<b>Zara online</b>	<b>Otros</b>
14-25	23	1	1	4
25-35	10	0	2	3
35-50	18	1	2	4
más de 50	3	0	0	2

**¿Con qué frecuencia compra por Internet?**

<b>Frecuencia de compra</b>	<b>Número de encuestados</b>
nunca	80
semanalmente	6
una vez al mes	46
más de una vez al mes	18

**¿Cree que son fiables las compras online / Internet?**

<b>Respuesta</b>	<b>Número de encuestados</b>
Sí	75
No	13
No estoy seguro	61