

# EL MERCADO DE GRADO

# INTRODUCCIÓN

Pocas cosas habrá tan importantes en Grado como su mercado tradicional. La historia e incluso el nacimiento de la villa tienen mucho que ver con esta cita comercial que hoy en día sigue vigente y ya mira hacia el futuro. No obstante, no todo fue siempre igual en el mercado. Hubo, hace años, plazas destinadas a productos únicos, como las patatas y las avellanas. También hubo un tiempo en que los mercados de la Flor (la fiesta más popular en Grado) abarcaban varios días.

El origen del mercado moscón hay que buscarlo en la Edad Media, probablemente tal y como se puede leer en uno de los murales de la muestra, en la concesión de la carta puebla a Grado por el rey Alfonso X el Sabio con anterioridad al 3 de marzo de 1256. En estas concesiones reales uno de los privilegios que se otorgaba era la celebración de un mercado semanal, que en el caso de Grado era los miércoles. Según narran los cronistas y escritos del siglo XII, por 1256 se celebraba ya un mercado tradicional. Desde entonces, y posiblemente con anterioridad, la villa celebra cada miércoles y cada domingo este mercado, donde los productos de la tierra siempre han sido los auténticos protagonistas.

Todos los miércoles y domingos desde el año 1256. Se pueden comprar productos típicos de Grado: quesos, embutidos, panes, hortalizas, verduras, semillas etc. además de otros productos como ropa, calzado, y todo tipo de relojes, carteras, etc. Uno de los únicos mercados de domingo en Asturias y España donde también abren los comercios de la villa.

El mercado de Grado durante la Edad Moderna fue una excepción, ya que empezaron a celebrarse dos mercados a la semana -miércoles y domingos, según los documentos de la época- a causa de las fértiles vegas y por el paso por el concejo de las principales vías de comunicación, Camín Real de la Mesa y Camino de Santiago. A lo largo del siglo XIX y principios del XX se produce un cambio en la economía tradicional asturiana con el aumento de excedentes de las caserías y los mercados semanales comienzan su decadencia. Sin embargo, esto no sucede en Grado que en esta época se le conoce como la huerta de Asturias. Los puestos ofrecen cereales, legumbres, manteca, huevos, hortalizas,

frutas... Y se exporta gran cantidad de avellanas y fresas. En 1930, el precio de 1 kilo de tomates en Grado era de 1 peseta. El propio Jovellanos, en 1795, en uno de sus viajes que pasa por Grado, afirma: «en sus mercados se surten también los de Trubia, pudieran ir a Oviedo, pero buscan aquí la mayor baratura y abundancia».

Si por algo es conocido entonces Grado en toda Asturias, es por sus mercados que en los últimos años, tras la apertura de la autovía, han servido para revitalizar la actividad comercial y la economía del municipio. Y del pasado al presente y también al futuro. El Consistorio aprobó el pasado mes la ampliación del mercado, que servirá para dar acogida al aumento de vendedores y visitantes provocado en gran medida por la nueva autovía que une Grado con el centro de la región. Como explicó la edil de Ferias y Mercados moscona, si por algo es reconocido el mercado de Grado es por su tradición: «No es un mercado de abastos al uso". La gente que se acerca a la villa viene buscando a las vendedoras de toda la vida que mercan sus productos como antaño. Eso hay que mantenerlo, pues es nuestra seña de identidad». Una manera de mirar hacia el futuro pero pensando en el pasado.

El tradicional mercado de Grado se celebra desde hace siglos dos veces a la semana, los miércoles y los domingos, y las calles y plazas de la villa se llenan de puestos que ofrecen los productos de las huertas de la comarca, así como otros artículos de calidad. A lo largo de estos años, el mercado moscón ha evolucionado, pero la esencia se mantiene. Grado fue, es y pretende ser una gran superficie comercial al aire libre con la mejor oferta y demanda.

# ESTUDIO ESTADÍSTICO

Hemos realizado un estudio estadístico para conocer las características del mercado de Grado. Nos hemos organizado en grupos de trabajo y hemos recopilado toda la información necesaria.

## FASES DEL ESTUDIO

- Formación de los grupos de trabajo
- Análisis de las poblaciones del estudio
- Búsqueda de información de cada población
- Elección de las muestras
- Redacción de las preguntas para hacer las encuestas
- Realización de las encuestas
- Recuento de los datos a partir de las encuestas
- Construcción de tablas con resultados utilizando hojas de cálculo
- Representación mediante diagramas utilizando hojas de cálculo
- Redacción de un informe y presentación escrita utilizando procesador de textos y documentos *on line* (google docs)
- Organización y difusión utilizando nuestra wiki  
<http://mercadograo.wikispaces.com/>

# ESTUDIO DEL MERCADO DE GRADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS VENDEDORES

## • OBJETIVO DEL ESTUDIO

Vamos a realizar un estudio estadístico para conocer el mercado de Grado. Nos interesa conocer las características de los vendedores de los puestos.

## • POBLACIÓN

Nuestra población está formada por 150 puestos que son los que están reconocidos legalmente. Esta información nos la dieron en la oficina de turismo.

## • MUESTRA

El tipo de muestreo que se ha realizado es un muestreo aleatorio simple (M.A.S.).

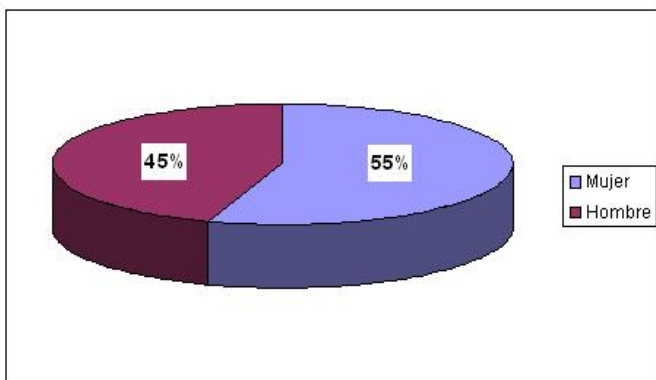
Nuestra muestra está formada por los 56 vendedores a los que les hemos entrevistado.

## • CONCLUSIONES

Después de realizar los cuestionarios a nuestra muestra, hemos obtenido las siguientes conclusiones:

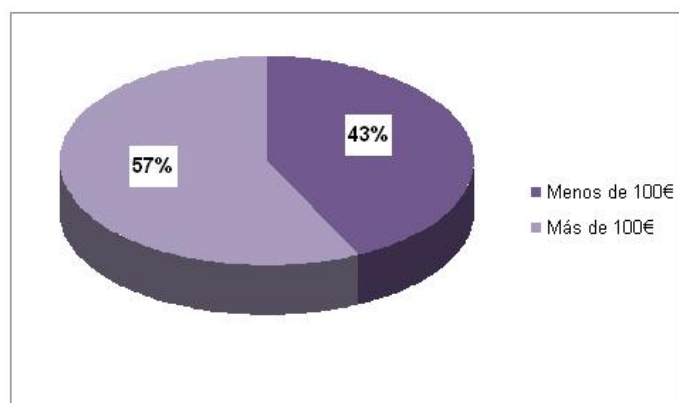
1. La mayoría son mujeres, aunque no hay mucha diferencia.

Sexo	f	%	
Mujer	31	0,55	55%
Hombre	25	0,45	45%
Total	56	1	100%

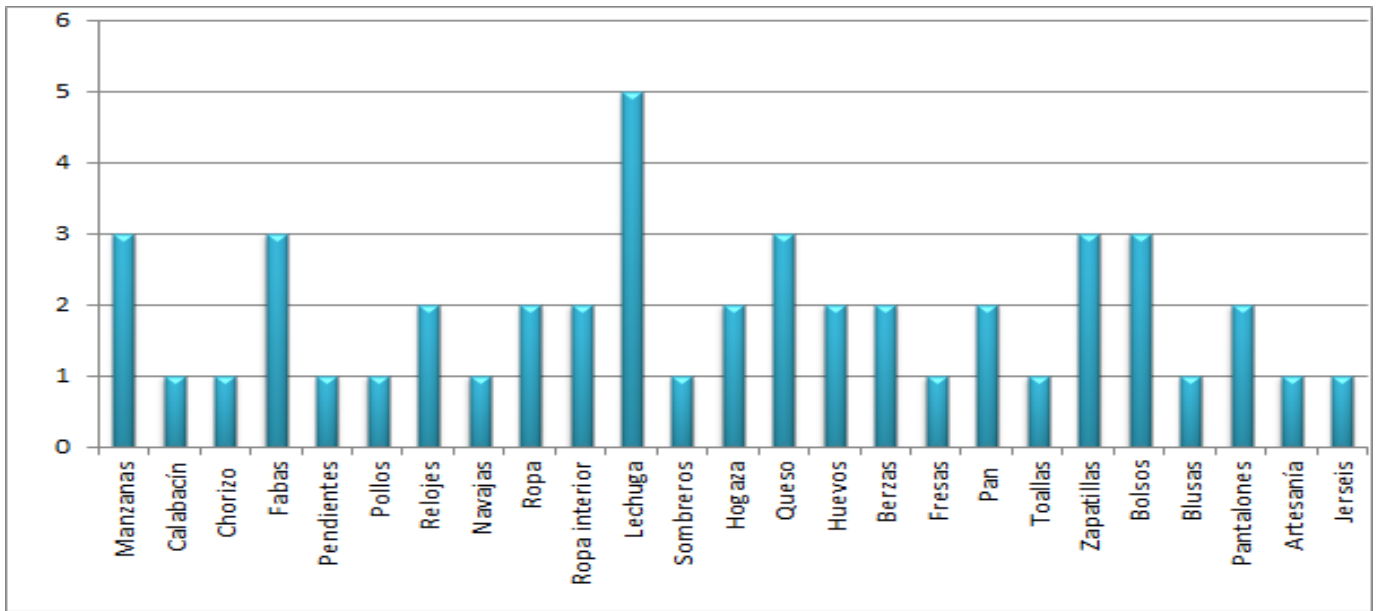


2. La mayoría de los puestos en un día bueno recaudan más de 100€.

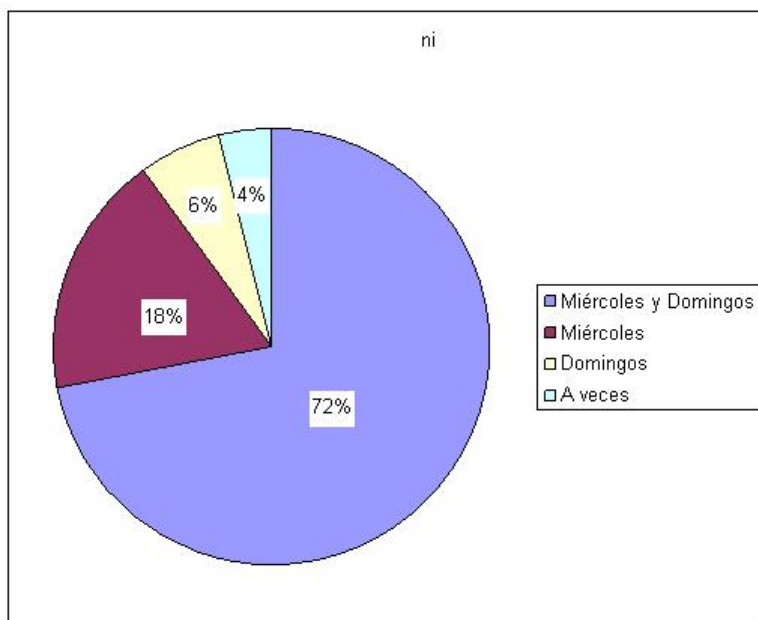
Dinero recaudado en un día bueno	
Datos cualitativos	
Datos	Frecuencias
$x_i$	$n_i$
Menos de 100€	24
Más de 100€	32
Total	56



3. El producto más vendido de los puestos es la lechuga.

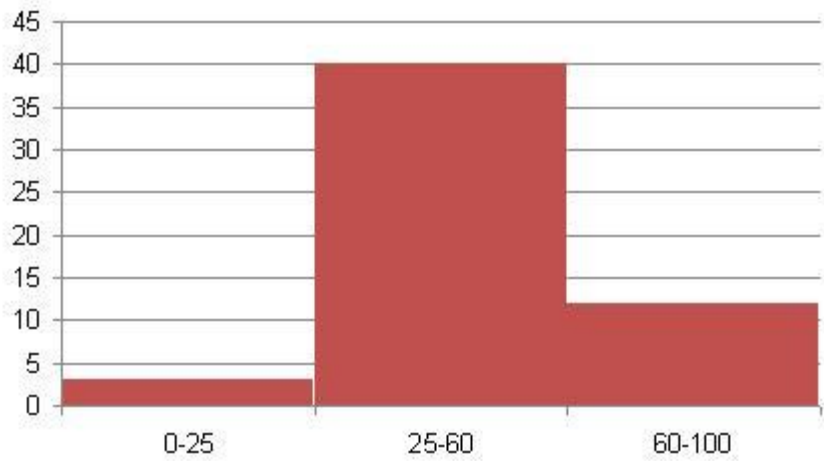


4. La mayoría de los vendedores va a vender al mercado los Miércoles y Domingos.

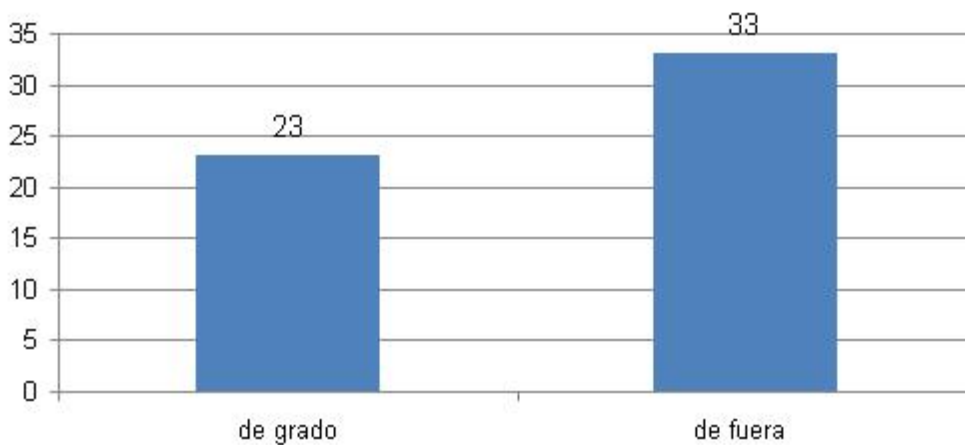


5. La mayoría de los vendedores tienen entre 25 y 60 años.

Intervalos	$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i(\%)$
0-25	12,5	4	0,07	7,14%
25-60	42,5	40	0,71	71,43%
60-100	80	12	0,21	21,43%
Total		56	1,00	100,00%

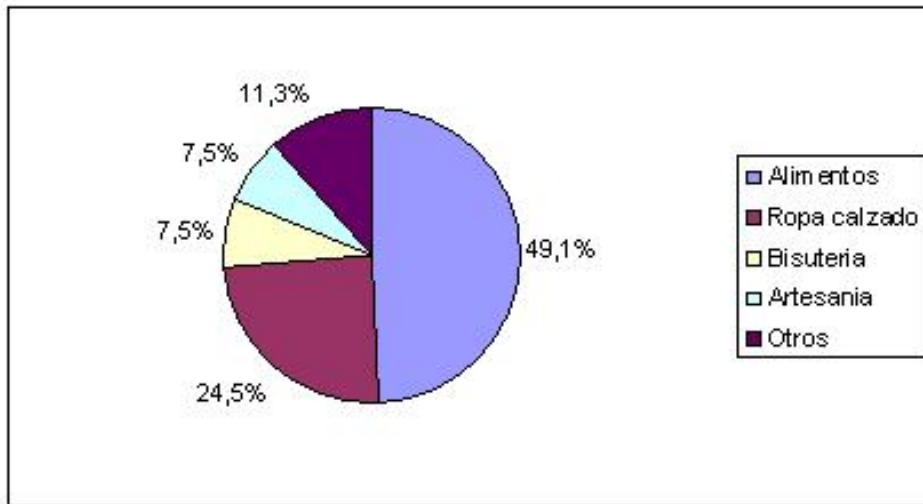


6. Los vendedores suelen ser de las afueras de Grado.



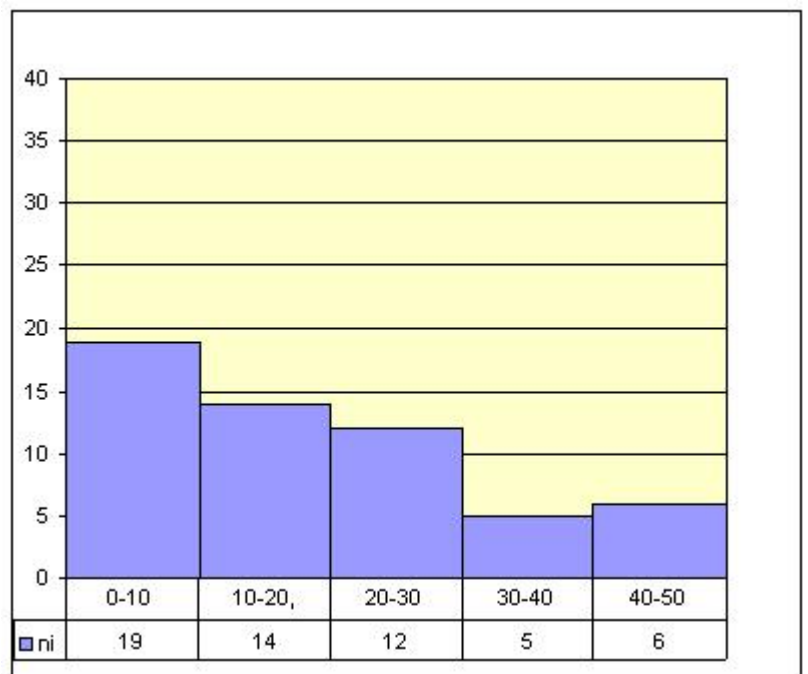


7. Hemos encontrado que la mayoría de los puestos son de alimentación (49,1%) y el menor porcentaje corresponde a los productos de bisutería (7,5%) y de artesanía (7,5%).



8. La mayoría, no hace 10 años que vienen al mercado.

EL MERCADO			
Años que llevan viniendo al mercado			
Variable cuantitativa			
xi	ni	fi	porcentaje
0-10	19	0,34	34%
10-20,	14	0,25	25%
20-30	12	0,21	21%
30-40	5	0,09	9%
40-50	6	0,11	11%
total	56	1,00	100%
Parámetros			
Moda	0-10		



# ESTUDIO DEL MERCADO DE GRADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS COMPRADORES

## • OBJETIVO DEL ESTUDIO

Vamos a realizar un estudio estadístico para conocer el mercado de Grado. Nos interesa conocer las características de los usuarios del mercado.

## • POBLACIÓN

Nuestra población está formada por las personas que van al mercado.

## • MUESTRA

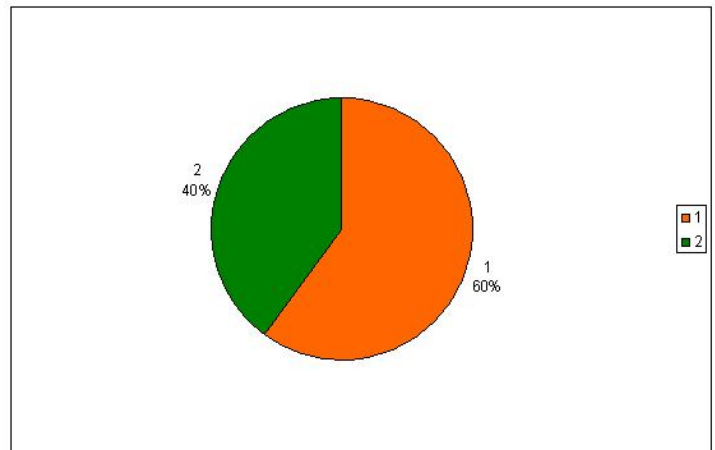
El tipo de muestra que se ha realizado es un muestreo aleatorio simple (M.A.S.). Nuestra muestra está formada por 75 personas, 30 hombres y 45 mujeres; por lo que la mayoría de las personas son mujeres (60%). La mayoría de los encuestados tienen entre 20 y 60 años.

## • CONCLUSIONES

Después de realizar los cuestionarios a nuestra muestra, hemos obtenido las siguientes conclusiones:

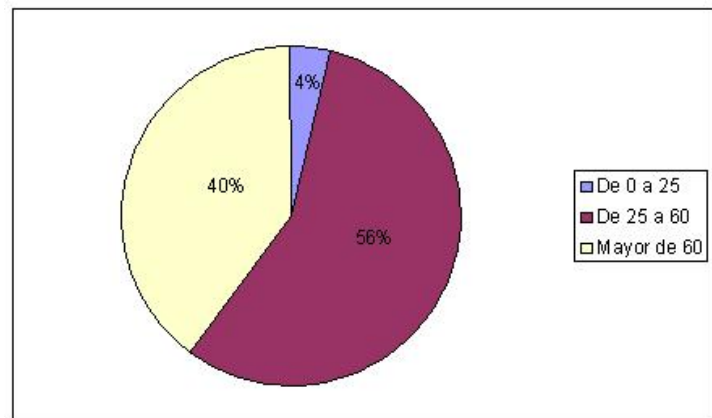
1. La mayoría de las personas son mujeres.

Sexo			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i\%$
Hombres	45	0,6	60,00%
Mujeres	30	0,4	40,00%
Total	75	1	1



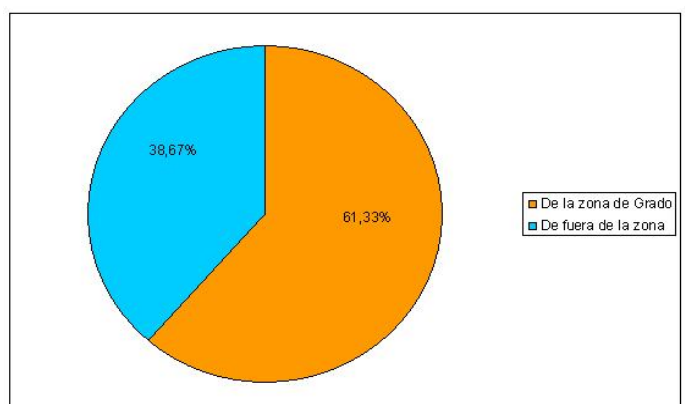
2. La población tiene entre 20 y 60 años.

Edad	$n_i$	$f_i$	$f_i\%$
De 0 a 25	3	0,04	4%
De 25 a 60	42	0,56	56%
Mayor de 60	30	0,4	40%
TOTAL:	75	1	100%



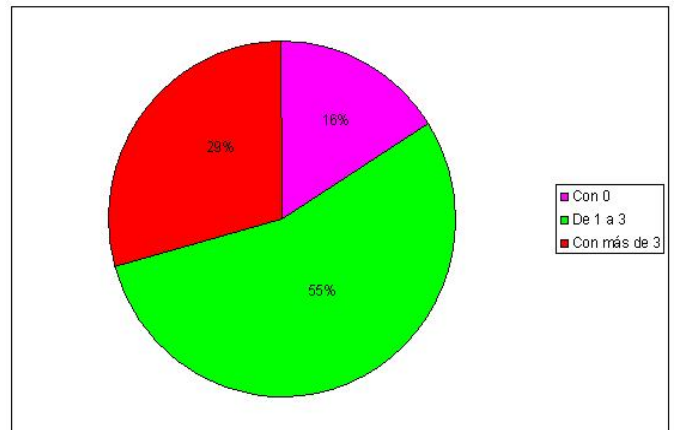
3. La mayoría de las personas son de Grado.

Procedencia			
Procedencia	$n_i$	$f_i$	$f_i\%$
De la zona de Grado	46	0,61	61,33%
De fuera de la zona	29	0,39	38,67%
TOTAL	75	1,00	100,00%



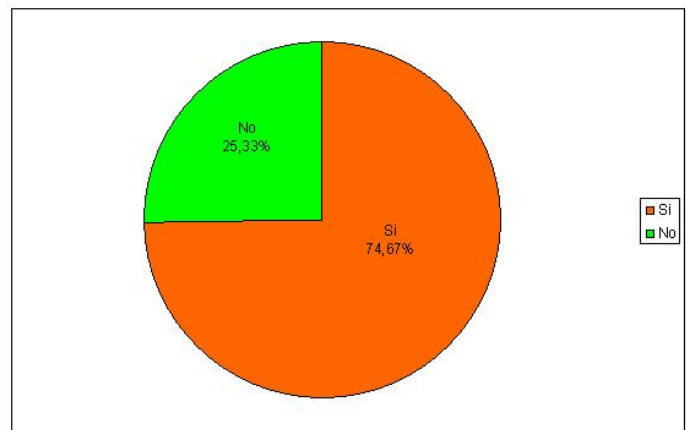
4. La mayoría de las personas viven de con 1 o más personas (hasta 3 personas) en la misma casa.

¿Con cuántas personas vives en casa?			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i$
Con 0	12	0,16	0,16
De 1 a 3	41	0,55	55%
Con más de 3	22	0,29	29%
TOTAL	75	1	1,00



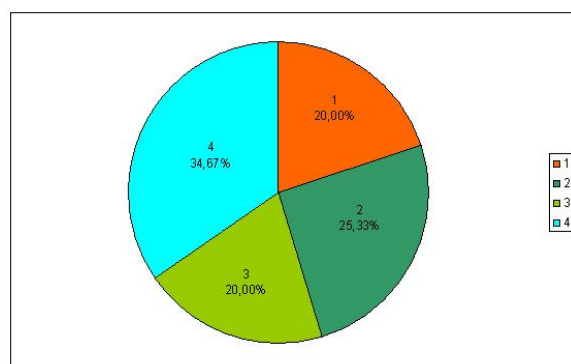
5. La mayoría de las personas viene frecuentemente al mercado.

¿Viene frecuentemente al mercado?			
	$n_i$	$f_i$	$f_i$
Si	56	0,75	74,67%
No	19	0,25	25,33%
Total	75	1	100,00%



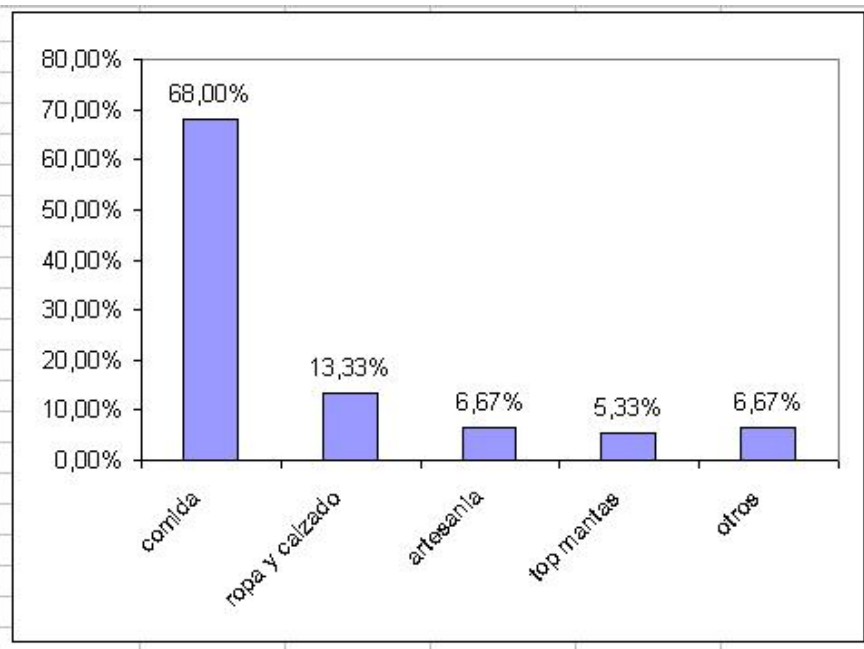
6. Vienen más de cuatro veces al mes.

Veces al mes			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i$
1	15	0,2	20,00%
1-3	19	0,25	25,33%
3-4	15	0,2	20,00%
4	26	0,35	34,67%
Total	75	1	100,00%



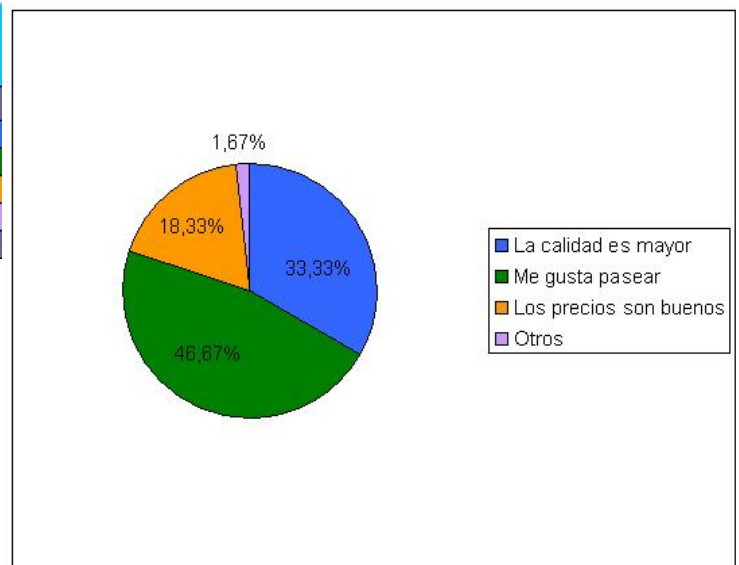
## 7. El producto que más compran es comida (embutidos, pan...).

Producto	$n_i$	$f_i$	$f_i(\%)$
comida	51	0,68	68,00%
ropa y calzado	10	0,13	13,33%
artesanía	5	0,07	6,67%
top mantas	4	0,05	5,33%
otros	5	0,07	6,67%
TOTAL	75	1	100,00%



## 8. La mayoría de las personas viene al mercado porque le gusta pasear.

¿Por qué viene al mercado?			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i$
La calidad es mayor	26	0,35	34,67%
Me gusta pasear	33	0,44	44,00%
Los precios son buenos	15	0,20	20,00%
Otros	1	0,01	1,33%
Total	75	1,00	100,00%



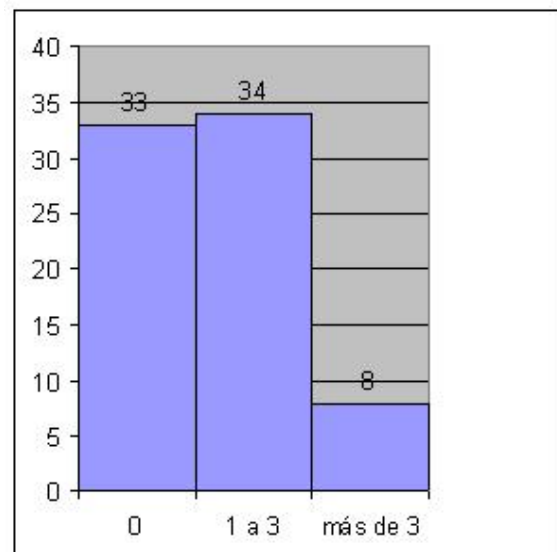
9. La mayoría de las personas cuando viene al mercado gasta entre 10 y 20€.

MERCADO GRADO			
¿Cuánto gastas?			
Tipo de variable cualitativa			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	porcentaje
Menos de 10€	11	0,15	14,67%
De 10 a 20€	39	52,00%	52,00%
Más de 20€	25	33,33%	33,33%
Total	75	1	100,00%
parámetros			
moda	De 10 a 20€		



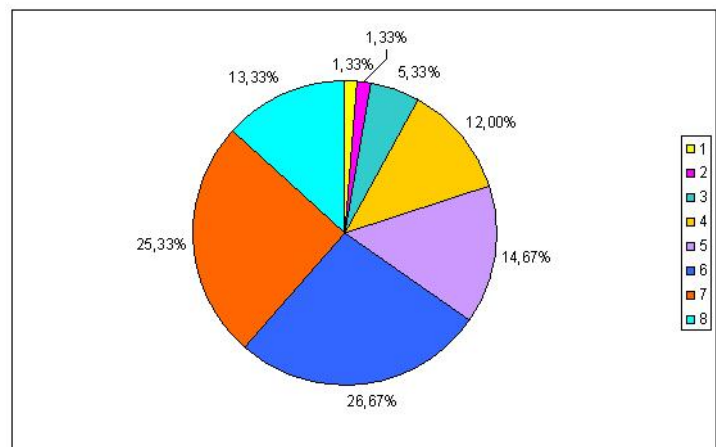
10. La mayoría de las personas vienen acompañadas o solas.

¿Con cuántas personas vienes al mercado?			
Personas con las que vienes al mercado	$n_i$	$f_i$	$f_i\%$
0	33	0,44	44,00%
1 a 3	34	0,45	45,33%
más de 3	8	0,11	10,67%
TOTAL	75	1	100,00%



11. El mercado según nuestra población recibe una puntuación de un 8.

CALIFICACIÓN			
$x_i$	$n_i$	$f_i$	$f_i\%$
3	1	0,01	1,33%
4	1	0,01	1,33%
5	4	0,05	5,33%
6	9	0,12	12,00%
7	11	0,15	14,67%
8	20	0,27	26,67%
9	19	0,25	25,33%
10	10	0,13	13,33%
Total	75	1,00	100,00%



# ESTUDIO DEL MERCADO DE GRADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS NEGOCIOS DE LA ZONA

## • OBJETIVO DEL ESTUDIO

Vamos a realizar un estudio estadístico para conocer el mercado de Grado. Nos interesa conocer las características de los negocios y la influencia del mercado en ellos..

## • POBLACIÓN

Nuestra población está formada por 250 negocios que son los que hay en el centro de Grado. Esta información nos la han dado en la oficina de servicios tributarios.

## • MUESTRA

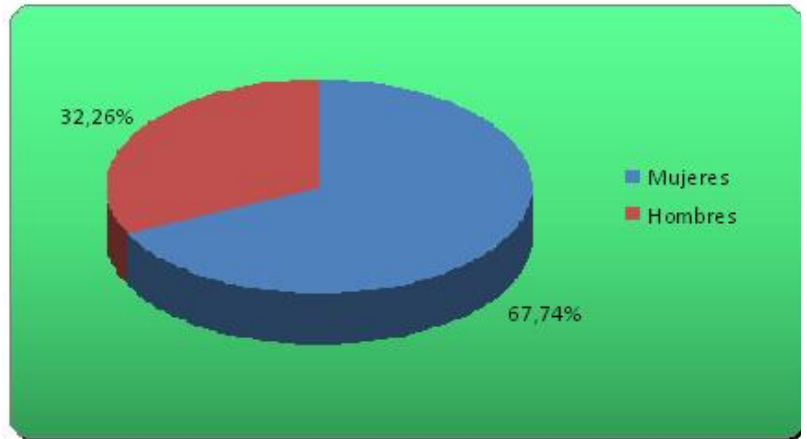
El tipo de muestreo que se ha realizado es un muestreo aleatorio simple (M.A.S.).

Nuestra muestra está formada por 31 negocios del centro de la villa.

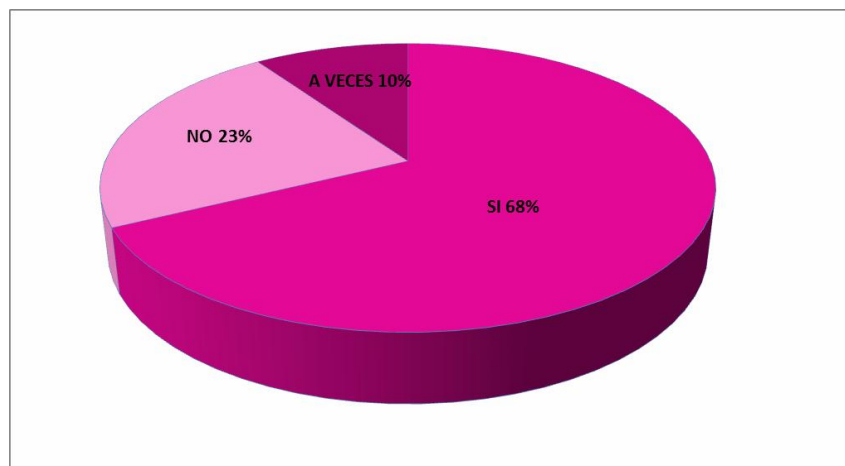
## • CONCLUSIONES

1. La mayoría de los negocios son de mujeres.

Sexo	$n_i$	$f_i$	$f_i$ (%)
Mujeres	21	0,68	67,74%
Hombres	10	0,32	32,26%
N	31	1	100,00%

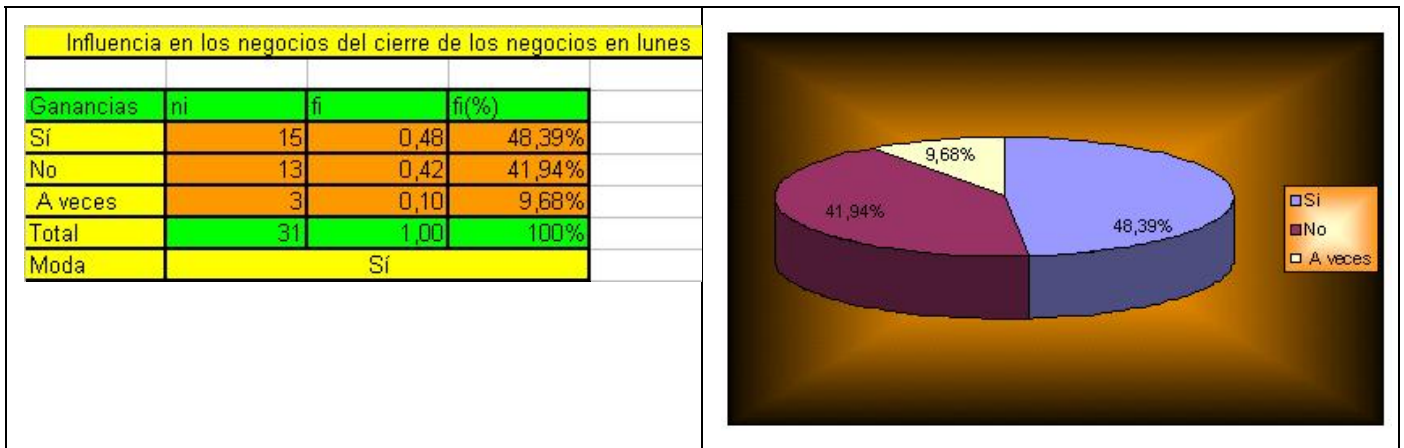


2. El 68% de los negocios (21 negocios) tienen más ganancias los domingos, 22% (7 negocios) no los obtiene y el 10% (3 negocios) los obtiene a veces. Lo más abundante es que tengan ganancias.

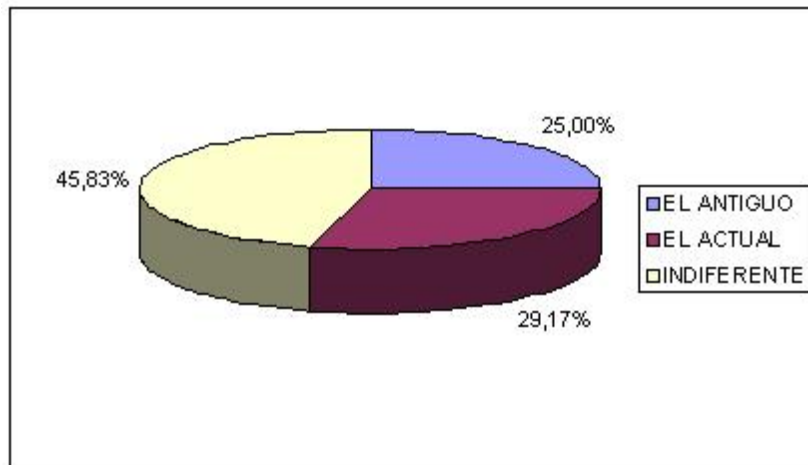




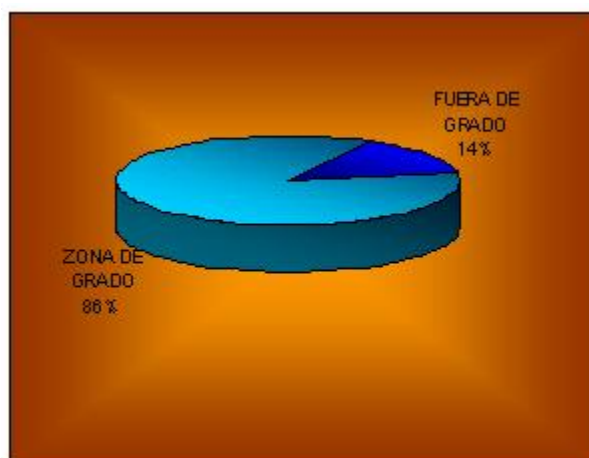
3. La mayoría de la gente obtiene ganancias los lunes aunque hay bastante gente que no las consigue.



4. La mayoría de las personas no prefieren ni el antiguo ni el actual. Les es indiferente.



5. La mayoría de la clientela es de la zona de Grado.



# ESTUDIO DEL MERCADO DE GRADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS PERSONAS MAYORES DE LA ZONA

## • OBJETIVO DEL ESTUDIO

Vamos a realizar un estudio estadístico para conocer la evolución del mercado de Grado. Nos interesa conocer las características de las personas mayores y cómo ven ellos el mercado.

## • POBLACIÓN

Nuestra población está formada por los habitantes mayores de 65 años.

NÚMERO DE MUJERES EN LA POBLACIÓN: 1713

NÚMERO DE HOMBRES EN LA POBLACIÓN: 1195

(Información obtenida en el Ayuntamiento de Grado)

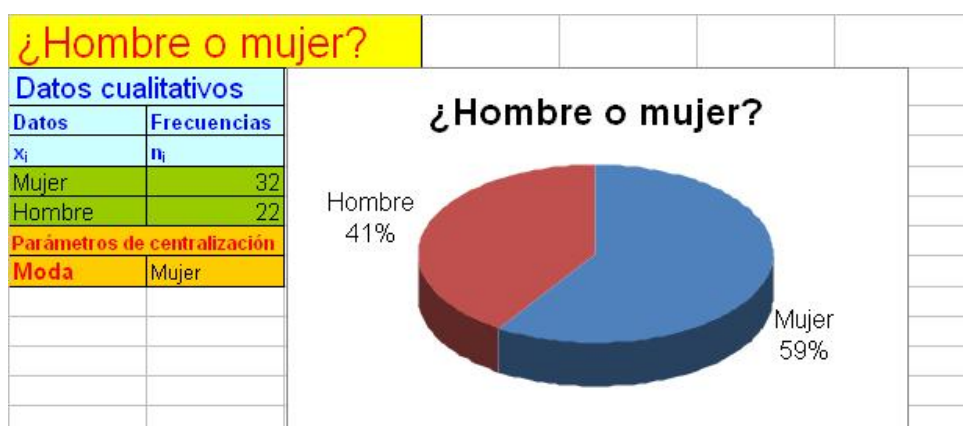
## • MUESTRA

Para el estudio estadístico necesitamos una muestra. Se ha elegido un muestreo aleatorio simple (M.A.S.).

La muestra se ha seleccionado entre la población de personas mayores de 65 años.

NÚMERO DE MUJERES EN LA MUESTRA:32

NÚMERO DE HOMBRES EN LA MUESTRA:22



## • CONCLUSIONES

Después de realizar los cuestionarios a nuestra muestra, hemos obtenido las siguientes conclusiones:

1.- El mercado no parece haber estado en el mismo sitio, aunque otros encuestados dicen que siempre ha estado en el mismo sitio.



2.- Un 32% de los encuestados prefiere el actual, un 28% el antiguo y a un 40% le es indiferente.



3. La mayoría de la gente conoce el mercado desde siempre.



4. Las ventajas del mercado antiguo más comunes en la muestra son:

- Más productos naturales
- Más variedad
- Más barato

5. Las desventajas del mercado antiguo más comunes en la muestra son:

- Menos gente
- Menos mercado que ahora
- Menos comunicación

6. Las ventajas del mercado nuevo más comunes en la muestra son:

- Más variedad
- Hay ropa
- Mejor calidad que antes

7. Las desventajas del mercado nuevo más comunes en la muestra son:

La gran mayoría de la población de la villa de Grado opina que antes la gente vendía animales en el mercado; cosa que echan de menos.

## **PROPUESTAS DE MEJORA**

Aunque hemos realizado los informes algunos de nosotros, hemos contado con la ayuda de nuestros compañeros. Creemos que la organización ha sido lo más difícil. No siempre hemos tenido el tiempo necesario.

Además, nos gustaría saber si nuestras muestras son las más adecuadas para el estudio.

## **BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA**

La información sobre la historia del mercado de Grado la hemos extraído de los siguientes enlaces:

[Mercado de Grado](#)

[Wikipedia](#)

La información sobre la teoría de estadística la hemos aprendido en nuestro libro: Matemáticas 2º ESO (Editorial Bruño).