

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA



TRABAJO DE GRADO

[Daniel Ricardo Rodriguez Vera](#)

[Maritza Velasquez Cuitiva](#)

[Valentina Gomez Gomez](#)

[Yessica Alexandra Ibanez Rico](#)

**Especialización en Gerencia de Mercadeo
Ciencias Económicas y Administrativas
Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano**

010456T4

**GESTIÓN INTEGRAL DE MERCADEO
DOCENTE: MANUEL MEDINA**

27 de Junio de 2022

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Tabla de contenido

RESUMEN	4
JUSTIFICACIÓN	6
ANTECEDENTES	9
OBJETIVOS	12
METODOLOGÍA	13
LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	14
PREGUNTAS PARA LAS ENCUESTAS	16
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
LISTA DE REFERENCIAS O BIBLIOGRAFÍA	27
ANEXOS	31

Lista de Figuras

FIGURA N°1 IMPACTO AMBIENTAL	7
FIGURA N°2 PROYECCIÓN DEL MERCADO SECOND HAND	8

Resumen

En Colombia todavía existe una brecha de desconocimiento sobre el mercado de Second Hand, y aún más sobre el impacto que provoca la industria del sector textil en el medio ambiente. Después de una emergencia sanitaria como el COVID19 se tiene más conciencia social sobre el manejo de los recursos naturales y el cuidado del planeta, gracias a las noticias, los artículos y las redes sociales, el consumidor tiene esta información a la mano y puede tomar decisiones para informarse de lo que compra y usa diariamente. Además de las

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

acciones a nivel mundial de las grandes industrias de moda las cuales están acabando con ellos dejando a futuro consecuencias irreversibles. Un claro ejemplo al producir ropa nueva la industria genera 21,1 lbs de CO₂e; Por eso se quiere incursionar en la moda Second hand en Colombia como una de las soluciones con mayor impacto a reducir los efectos de contaminación del medio ambiente, comparándolo con el resultado anterior las emisiones de carbono en el sector Second hand es 3,7 lbs de CO₂e, confirmando que es una buena alternativa para mitigar un poco los impactos ambientales.

El objetivo de esta investigación es incentivar el mercado de Second Hand en Colombia, conociendo las costumbres e identificando las condiciones ideales para la compra en este sector emergente. Para ello se utilizaron dos mecanismos de investigación una cualitativa y cuantitativa, donde se identificaron la toma de decisiones del consumidor a la hora de comprar ropa Second Hand. Algunos de los hallazgos de la investigación se encontraron que los consumidores tienen poco conocimiento sobre la contaminación que provoca el sector textil, se afirma que tienen una gran disposición a comprar siempre y cuando esté en buen estado, se adquiera a un buen precio y sea en un lugar físico donde puedan ver la calidad y el estado de la ropa, generando confianza hacia el mercado second hand.

Palabras Clave:

Second Hand, Fast Fashion, Slow Fashion, Sostenibilidad, Moda Circular, Moda Sostenible.

Abstract

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

In Colombia there is still a lack of knowledge about the Second Hand market, and even more about the impact that the textile sector industry has on the environment. After a health emergency such as COVID19, there is more social awareness about the management of natural resources and care for the planet. Thanks to news, articles and social networks, the consumer has this information at hand and can make decisions to find out what you buy and use daily. In addition to the worldwide actions of the large fashion industries which are destroying them, leaving irreversible consequences in the future. A clear example when producing new clothes, the industry generates 21.1 lbs of CO₂e; That is why they want to venture into Second hand fashion in Colombia as one of the solutions with the greatest impact to reduce the effects of environmental pollution, compared to the previous result, carbon emissions in the Second hand sector is 3.7 lbs of CO₂e, confirming that it is a good alternative to somewhat mitigate environmental impacts.

The objective of this research is to encourage the Second Hand market in Colombia, knowing the customs and identifying the ideal conditions for the purchase in this emerging sector. For this, two research mechanisms were used, one qualitative and quantitative, where consumer decision-making was identified when buying Second Hand clothing. Some of the findings of the investigation found that consumers have little knowledge about the pollution caused by the textile sector, it is stated that they have a great willingness to buy as long as it is in good condition, it is purchased at a good price and it is in good condition. a physical place where they can see the quality and condition of the clothes, generating trust towards the second hand market.

Keywords:

Second Hand, Fast Fashion, Slow Fashion, Sustainability, Circular Fashion, Sustainable Fashion.

Justificación

El gasto en moda en Colombia ha aumentado en el año 2021 respecto a los dos años anteriores . Debido a que las personas no pudieron celebrar las actividades sociales como reuniones, fiestas, viajes entre otras y por ende no pudieron realizar sus compras habituales

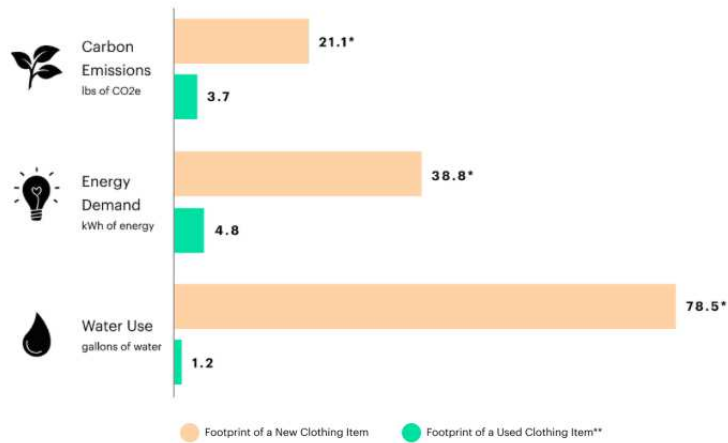
INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

en el 2020 a causa de las restricciones por COVID - 19, después de que el confinamiento fue levantado gradualmente se ha visto reflejado un aumento en el gasto en moda con respecto al año 2019 que fue un año normal para el mercado global. El gasto en moda en Colombia en el 2021 representó 27,7 billones de pesos lo que significó un aumento del 21% con respecto al 2020 y un 5% en el 2019; La proyección para el año 2022 es del 5% respecto al 2021, también se proyecta un aumento del 4% en exportaciones manteniendo a Colombia como el tercer mercado más grande en tamaño de mercado de latam y el quinto exportador más grande (Indexmoda, 2021). Al ser un mercado tan grande, existe la oportunidad de incursionar con nuevas tendencias como la de *second hand*.

El *second hand* es una tendencia de mercado que está en aumento debido al compromiso de cuidar el medio ambiente por parte del sector textil a nivel global. En las principales ciudades de Colombia como Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali y Bucaramanga se ha presentado un crecimiento de consumo en esta tendencia debido al aumento de precios de los productos de primera necesidad, generando nuevos hábitos de consumo, migrando a canales tecnológicos para la compra y venta. Otro motivo de consumo es el impacto ambiental producido por la industria textil, se reduce al incrementar el consumo del *second hand*. Según la ONU (2019), la producción textil es responsable del 20% de las aguas residuales y del 10% de las emisiones globales de carbono; ya que se requieren 7.500 lts. de agua para producir un lote de jeans. El sector del vestido usa 93.000 mll de mt² de agua cada año; una cantidad suficiente para que sobrevivan 5 mll de personas, y la producción de ropa y calzado produce el 8% de los gases de efecto invernadero; cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura. De acuerdo con Villemain (2019), la producción de ropa se duplicó entre 2000 - 2014, emitiendo residuos del patronaje convencional; al no haber una gestión adecuada de los retazos de tela. El *second hand* empieza a posicionarse como una de las tendencias de consumo más grandes a nivel global y local en el área textil reduciendo el impacto ambiental.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Figura 1. Impacto ambiental



Nota. Fuente tomada de (Thredup, 2021)

La industria de la moda tiene un gran impacto sobre las emisiones de carbono, uso de energía y el gasto de agua en el planeta. Al producir ropa nueva la industria incrementa el uso de los recursos naturales, por esta razón es uno de los sectores que mayor contaminación genera, por ejemplo la emisión de CO2e es cinco veces la cantidad que emite el comercio *Second Hand* en un año; también utiliza más de cinco veces la energía con respecto a misma línea de negocio, y desafortunadamente el mayor impacto se vé reflejado en el consumo de agua. La figura 1 muestra que el mercado *Second hand* de color verde tiene una reducción media aproximada del 35% en contaminación ambiental, con respecto a la Emisión de CO2e con la producción de ropa nueva que genera 21,1 lbs en comparación con 3,7 que emite el comercio *Second Hand*; en cuanto al gasto de energía en la producción de ropa nueva se requiere de 38,8 Kwh comparado con el comercio *Second Hand* que utiliza 4,8 Kwh; Y por último el gasto de agua es exageradamente grande la diferencia, ya que el consumo de agua en la producción de ropa nueva es de 78,5 galones de agua, mientras que en el comercio *Second Hand* solamente se utiliza 1,2 galones (Thredup, 2021); Con base en los resultados anteriormente analizados, la tendencia *Second hand* es una de las soluciones con mayor impacto a reducir los efectos de contaminación en el planeta.

Figura 2 Proyección del mercado Second hand

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA



Dimensionamiento y estimaciones de crecimiento del mercado de GlobalData

Nota. Fuente tomada de (Thredup, 2021)

En la figura N° 2 de proyección del mercado *Second hand* indica el crecimiento de esta nueva modalidad de venta de ropa. Las categorías con mayor crecimiento son: *Amazon fashion* que es la venta de ropa a través de la plataforma Amazon; *Fast fashion* es la ropa de colección de temporada corta que se genera a bajo costo y mano de obra barata; *Direct to consumer* son prendas únicas de diseñadores o marcas independientes; *Off price* hace referencia a ropa de retail, y *Resale* o *Second hand* son prendas en buen estado a las que se les da una segunda oportunidad. El incremento porcentual del mercado *Second hand* pasa del 4% en 2010 al 9% en 2020 y se proyecta al 18% en 2030 duplicando su crecimiento en un periodo de 10 años, comparado con el *Off fashion* que en el periodo del 2010 - 2020 tuvo un crecimiento de 6 puntos porcentuales y se proyecta del 2022 - 2030 un crecimiento de 2 puntos porcentuales; mientras que las demás categorías ya mencionadas, proyectan un crecimiento máximo de 3 puntos porcentuales (Thredup, 2021). Según los anteriores datos el

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

mercado *second hand* va a encabezar las tendencias de consumo de la industria textil en el largo plazo.

Antecedentes

Actualmente el consumidor está tomando conciencia respecto al cambio climático. Es tan evidente el daño que ha sufrido el planeta a causa de las acciones que ha realizado el ser humano, ya que está acabando con los recursos naturales y eso trae consecuencias irreversibles, como: contaminación de las aguas con barcos de petróleo, con basura en los mares, extinción de algunas especies por utilizar su piel en accesorios o productos de moda, deforestación, derretimiento de los glaciares, por esta razón se ha despertado la responsabilidad ambiental, disminuyendo el mal uso que se le da a estos recursos no renovables. La industria textil es predominante por su alta contaminación siendo una de las fuentes que más genera aguas residuales, además de microfibras sintéticas causales de la contaminación en los océanos (Nijman, 2019), afectando considerablemente el medioambiente. Adicionalmente las Naciones Unidas y organizaciones en pro del medio ambiente están trabajando en generar políticas ambientales para los gobiernos y de esta manera hacer que la moda sea sostenible. Por esta razón se vuelve tan importante los hábitos de compra del consumidor, quien ahora es más exigente a la hora de comprar productos y servicios, obligando a las empresas a cambiar la conciencia ambiental y el uso prudente de recursos naturales.

Desde la década de los 90's a nivel mundial se empezaron a desarrollar malas prácticas frente al medio ambiente en la industria de la moda con el concepto *Fast-Fashion*. El concepto del *Fast fashion* se refiere a la rotación de colecciones en prendas de bajo costo, en la época de los 90's se exhibía 15 días una colección de ropa, en la actualidad una colección puede cambiar en 7 días por parte de la industria textil. Se trata de algunas marcas reconocidas como Zara, H & M entre otras, que realizan prendas a gran escala cambiando constantemente las colecciones en las tiendas, hasta el día de hoy generando mayores volúmenes de desechos textiles. En la década de los 90's Zara fue la pionera en producir lotes de prendas pequeñas, con cambio desde el diseño hasta el comercio con una duración de 2

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

semanas máximo, un modelo basado en la producción a bajo costo, lanzando 11.000 artículos al año el doble y triple con respecto a sus competidores (Gomez,2018) Aquí nace la necesidad de traer al mercado nuevas tendencias que favorezcan el bajo consumo de recursos como el impulsado de *Slow fashion*.

Nace una filosofía de consumo responsable llamada *Slow-Fashion* y *Moda Circular* ambas orientadas a crear conciencia al consumidor. Ambos conceptos tienden a disminuir el impacto que se genera en el medio ambiente ocasionada por la industria de la moda, donde encierra la producción de prendas con insumos sostenibles reduciendo los desechos generados por el anterior concepto y también se puede reciclar y reutilizar, ropa o accesorios de segunda mano. Según Estimaciones de crecimiento y tamaño del mercado de GlobalData 2021, se proyecta que en 5 años el sector de ropa de segunda mano se duplique en 77.000 USD, este crecimiento se deberá apoyar en el ambiente digital, donde se puede encontrar una gran oferta y variedad de estos productos (Reinhart, 2021). El cambio se debe al desear experimentar nuevas ideas de consumo apalancado en las nuevas generaciones que ahora ven todo con más detalle por la cantidad de información que les llega y por su deseo constante de aportar un granito de arena al planeta.

En los países subdesarrollados adoptan y/o adaptan dinámicas económicas que están implementadas en las potencias mundiales. De esta manera se busca mantenerse vigente en un mercado globalizado como el actual, en cada época se ha seguido las tendencias que marcan las potencias mundiales tecnología, ciencia, salud, cultura, entre otras y la industria textil no se puede quedar atrás la cual genera gran impacto económico y social, de ahí la importancia de estar a la vanguardia, aquí comienza a tener mayor protagonismo el comercio *Second Hand*. Se evidencia que los mismos consumidores pueden tener la iniciativa de vender sus prendas en buen estado para así adquirir ingresos adicionales, generando una mayor oferta en este sector. En la encuesta de consumidores de GlobalData que se realizaron a 35.000 estadounidenses, el 76% no imaginaron que alguna vez podrían vender su ropa y ahora consideran en probar esta alternativa. Se puede evidenciar que lo global ejerce impacto sobre lo local, y en este momento el mundo está exponiendo la compra y venta de artículos, accesorios, y ropa de segunda mano que hacen un aporte importante a la economía de cualquier país y contribuyen al cuidado del medio ambiente.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

En Colombia el *Fast-Fashion* llegó hace 10 años con el grupo INDITEX y 5 años con la marca H & M. De esta manera se impactó el sector de la moda obligando a los competidores a bajar sus precios, luchando por no desaparecer del mercado, mientras que los profesionales con menos experiencia, pero con un enfoque más ambiental, se adaptan a un mercado de la moda lenta, diseñando prendas con calidad de confección y mayor duración. Visualizando estos cambios del sector textil las grandes marcas empezaron a trabajar en mejorar sus insumos y en arrancar con nuevas propuestas de moda donde garanticen la conservación de los recursos naturales. Actualmente el grupo inditex ha lanzado programas y desarrollado colecciones de ropa bajo el concepto de moda sostenible tienen como fundamento aprovechar, reutilizar y reciclar, y sus ganancias se donan a investigaciones sociales y reciclaje textil. (Niebles, 2019) Las mismas marcas se han dado cuenta de la importancia de crear moda sostenible y se visualiza la importancia de comprar y vender ropa de segunda mano, es decir comienza a surgir con mucha fuerza el mercado *Second Hand*.

El mercado *Second Hand* en Colombia está mal visto por qué se tiene la percepción, que es para personas de bajos recursos o pobres. Por costumbre generacional la ropa que no se utiliza: se dona a las iglesias, familias con necesidades, o entre familiares. Desde hace muchos años se percibe que la venta de ropa de segunda mano le falta limpieza, y cuidado respecto a los lugares donde se expone como: venta en la calle, en el piso o en locales ubicados en zonas poco convencionales, además que se ve muy sucia y no pasa por un filtro de calidad. Por estas mismas razones, para las personas no es fácil decir que usan ropa usada, además se le suma el miedo a perder el estatus ante la sociedad. Sin embargo hoy en día es una fuente económica importante que sirve para ingresos extra para algunas familias, en cambio de desechar la ropa que no utilizan y enviarla a los basureros. En Colombia la compra de artículos, accesorios y ropa de segunda mano, no es una opción para la gente en general, debido a que es un país con el 17% en estado de pobreza, y la percepción al recibir o utilizar ropa de segunda mano es recibir limosna o caridad (Gómez, 2018). Existen razones para usar ropa de segunda mano antes de votar una prenda a la basura, como donar, regalar o vender y existen muchas otras razones para comprar ropa usada como tener ropa de marca a precios más bajos, amigable con el medio ambiente, estar a la vanguardia y siguiendo las tendencias mundiales de la moda “primero muerto que sencillo, siempre fashionista”, siempre y cuando conserven su estilo único.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Objetivos

OBJETIVO GENERAL:

Incentivar el mercado *Second hand* en la cultura Colombiana por medio de la tienda virtual VDEVALENTINNA.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar las conductas y costumbres de la cultura colombiana frente al consumo de la moda.
- Identificar las condiciones ideales esperadas del consumidor para adquirir ropa de *second hand*.

Metodología

La finalidad de este proyecto es identificar en la primera fase de la investigación las conductas y costumbres culturales de las personas de la ciudad de Bogotá, Colombia frente al consumo del sector textil (Moda), para poder incentivar el mercado de ropa *Second hand* en dos perfiles de personas con características similares a las siguientes: el primero es una mujer de 22 años, madre cabeza de hogar, empleada, estudiante universitaria, vive con sus padres, le encanta la moda, le gusta usar ropa de marca, pero su presupuesto es limitado, razón por la cual esta mujer es un consumidor potencial para la ropa *Second hand*. El segundo perfil es una mujer entre 30 a 50 años, es Jefe de Publicidad, le gusta cuidarse y verse bien, se

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

ejercita, lleva una vida saludable, le gusta la moda de lujo, particularmente la de diseñadores reconocidos por eso le gusta estar a la moda y seguir tendencias. Le gusta viajar por el mundo y apoya causas en pro del medio ambiente una vez al semestre, por eso hace parte de algunos voluntariado en temáticas relacionadas con cuidar el medio ambiente. Al año 2022 se encuentran pocas personas en Colombia que hacen parte de este mercado emergente. La metodología de la investigación que se usó fue mixta, la cual consta de dos métodos, uno cualitativo inicialmente y otro cuantitativo para la siguiente fase; para la investigación cualitativa se realizó una entrevista a 12 personas de 10 preguntas cada una, las personas tenían las características en común descritas anteriormente, de esta manera se confirmaron hábitos, costumbres, deseos y conductas que estas personas tienen hacia la ropa *Second Hand*. Los instrumentos usados fueron preguntas abiertas para la primera fase y preguntas cerradas para la segunda fase teniendo en cuenta el objetivo general el cual es incentivar el mercado *second hand*.

Los resultados de entrevistas

Se realizaron entrevistas en búsqueda de los datos cualitativos que brindan indicios de lo que las personas opinan sacando conclusiones sobre cada una, las preguntas fueron:

1. Cuéntanos qué es lo que buscas cuando vas a comprar ropa.
Las personas buscan ropa de marca con estilo y buscan prendas de ropa que les quede a su medida, que sean de calidad y buen precio. **(Ver anexo A)**.
2. Cuéntanos qué opinas sobre los cambios constantes de colección de las marcas de ropa.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Hay dos posturas, la primera piensa que la industria de la moda ofrece colecciones con variedad de colores, marcas, y diseños. Mientras la segunda postura piensa que el planeta se está contaminando por el consumismo y la producción textil. **(Ver anexo B).**

3. Cuéntanos tu percepción sobre heredar ropa de alguien cercano.

Para las personas es chévere que sea de los closets de alguien cercano, a las personas les parece chévere e interesante realizar este tipo de práctica. **(Ver anexo C).**

4. Descríbenos lo que haces con la ropa que ya no utilizas.

Las personas suelen regalarla, botarla o donarla, y/o en ocasiones guardarla porque no hay más alternativa ya que la gente no es agradecida. **(Ver anexo D).**

5. Cuéntanos lo que piensas sobre la ropa de segunda mano.

Las personas en general le darían una segunda oportunidad a la ropa de segunda mano. **(Ver anexo E).**

6. Cuéntanos cuál es tu percepción si te invitan a comprar ropa de segunda mano.

Las personas no irían a comprar ropa por la percepción de suciedad, ropa en el piso y porque no ven en este mercado ropa chévere o no va acorde a su estilo. **(Ver anexo F).**

7. Cuéntanos lo que piensas de los sitios donde venden ropa de segunda mano.

Las personas no conocen estos lugares y creen que no existen tiendas donde se venda ropa de segunda mano. **(Ver anexo G).**

8. Cuéntanos por qué comprarías ropa de marca.

Las personas tienen dos posturas, una postura es de personas que no compraría ropa de marca porque es cara y la otra postura es de personas a las que la ropa les gusta por diseño y algunas marcas les llaman la atención por la colección pero no compraría por el alto precio. **(Ver anexo H).**

9. Cuéntanos lo que te motivaría a comprar ropa de segunda mano.

Las personas buscan prendas de buena calidad, pero a bajo costo, no están dispuestos a comprar ropa de segunda mano cara. **(Ver anexo I).**

10. Descríbenos cómo te imaginas que sería comprar ropa de segunda mano.

Las personas se lo imaginan como una experiencia estéticamente limpia en tienda y por Instagram. **(Ver anexo J).**

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Preguntas Encuestas

Se analizaron los datos de las entrevistas en el cuadro de mando (**Ver anexo K**), para obtener los ejes de investigación para iniciar la parte cuantitativa con las encuestas cuyo fin es medir con mayor precisión las variables de nuestra investigación con las siguientes preguntas cerradas y sus respectivas opciones de respuesta:

1. ¿Para ti es lo más importante en el momento de comprar ropa?

- A). Calidad.
- B). Estilo.
- C). Precio.
- D). Marca.

2. ¿Qué buscas cuando compras ropa?

- A). Conseguir ropa exclusiva.
- B). Sentirse cómodo
- C). Verse Bien
- D). Estar a la moda.

3. Para ti el impacto que tiene el cambio constante de colecciones de la ropa de marca es:

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

- A). Bueno porque se innova y ofrecen continuamente productos nuevos.
- B). Malo porque genera consumismo.
- C). Bueno porque me da más opciones de escoger y siempre encuentro algo diferente.
- D). Malo porque está haciendo daño al medio ambiente.

4. ¿Al heredar ropa de alguien cercano, tu percepción es?

- A). Chévere.
- B). Super interesante.
- C). Solo si es de mis hermanos.
- D). No la acepto.

5. Cuando dejas de usar tu ropa ¿Qué haces con ella?

- A). La boto.
- B). La Regalo
- C). La dono.
- D). La guardo
- E). La vendo.

6. ¿Al hablarte de Ropa de segunda mano que es lo primero que piensas con base en las siguientes opciones?

- A). Suciedad
- B). Mal estado.
- C). Pobreza.
- D). Una alternativa para el cuidado del planeta.
- E). Marcas muy buenas a excelente precio.

7. Al momento de comprar ropa de segunda mano es importante para ti:

- A). Buen estado de la ropa.
- B). Calidad de la ropa.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

C). Ropa con buen diseño.

8. El aspecto con menos importancia para ti al momento de comprar ropa de segunda mano es:

A). Buen estado de la ropa.

B). Calidad de la ropa.

C). Ropa con buen diseño.

9. Consideras que todos los sitios de venta de ropa de segunda mano son:

A). Sucios.

B). Mal olor.

C) Ordenados.

D). Oscuros

E). Económicos.

10. ¿Compraría ropa de marca de segunda mano?

A). Tuviera un buen precio.

B). Tuviera buen diseño.

C). Te diera estatus.

11. ¿Cuál de estas opciones te motivará para comprar ropa de segunda mano?

A). Precio.

B). Estado de las prendas.

C). Tipos de marcas.

12. ¿Por qué medio comprarías ropa de segunda mano?

A). Redes Sociales.

B). Boutique.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

C). Por un App (Tienda Digital).

D). Página Web.

Análisis e hipótesis encuestas

En este apartado se comprueban las hipótesis planteadas antes de realizar la investigación mixta (**Anexo K**), que se le realizaron en una encuesta a 247 personas de las principales ciudades de Colombia.

1. **Pregunta:** ¿Qué es lo más importante para ti cuando vas a comprar ropa?

Hipótesis: Las personas en el momento de comprar ropa, buscan sentirse cómodos, verse bien, estar a la moda y en algunos casos tener ropa de marca.

Análisis: Tras analizar las respuestas de nuestros encuestados podemos notar que lo que realmente les parece más importante es la calidad con un 39,4% de valides por este concepto, luego le sigue estilo con un 29,7% y precio con un 24,8%. (**Ver anexo figura 1**)

2. **Pregunta:** Cuando vas a comprar ropa, ¿Qué buscas?

Hipótesis: Las personas en el momento de comprar ropa, buscan sentirse cómodos y verse bien, estar a la moda y en algunos casos tener ropa de marca.

Análisis: En este caso podemos destacar que claramente lo que buscan en su mayoría los encuestados respalda la hipótesis, de que su deseo es comodidad con un 39,2% de la población, sin embargo lo supera la intención de verse bien con el 40,4%,

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

luego le sigue con un 12,7% exclusividad y por último con un 7,6 % estar a la moda.

(Ver anexo figura 2)

3. **Pregunta:** Según las siguientes opciones, ¿Qué impacto tiene en ti el cambio constante de colecciones en tiendas de ropa?

Hipótesis: Una gran parte de las personas ven como algo positivo los cambios de colección de ropa, porque ven que se innova o ofrecen variedad, pero muchas otras están pensando que esta industria está causando un gran daño al medio ambiente y generando consumismo en el consumidor.

Análisis: En esta pregunta los resultados arrojaron que la hipótesis es muy cierta ya que hay un empate del 26,6 % entre los encuestados que creen que *"Es bueno porque da más opciones de escoger y siempre encuentro algo diferente"* y los que creen que *"Es malo porque está haciendo daño al medio ambiente"*, posteriormente le siguen porcentajes como el 25,5% con que es *"Malo porque genera consumismo"* y 21,3% donde les parece que es *"Bueno porque genera innovación y ofrecen continuamente productos nuevos"*. **(Ver figura 3)**

4. **Pregunta:** Si alguien cercano te quiere heredar su ropa, ¿Cuál sería tu percepción?

Hipótesis: Al ser de personas cercanas no se encuentra ninguna molestia, pero si es de alguien externo debe estar en óptimas condiciones.

Análisis: Con un 41% de encuestados podemos destacar la palabra *"Chévere"* como una de percepciones más importantes a la hora de heredar ropa y recibirla, Seguido por un 23% de *"Súper interesante"*, un 22.2 % de Solo si es de mis hermanos el cual desmiente que solo seria de personas cercanas, y un 13,8% de no la Aceptaría. **(Ver anexo figura 4)**

5. **Pregunta:** Cuando dejas de usar tu ropa, ¿Qué haces con ella?

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

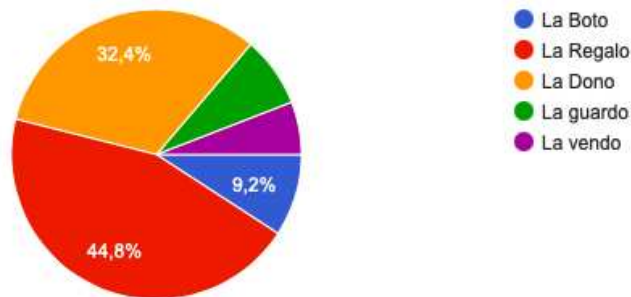
Hipótesis: La mayoría de personas no piensa en venderla ya que no encuentra la opción correcta de hacerlo, lo que hace es regalarla y/o guardarla en su mayoría.

Análisis: Los encuestados reafirmaron esta hipótesis es cierta ya que con un 44,8% afirmaron que lo que hacen con su ropa después de usarla es Regalarla, y con un 32,4 % la donan, y con un pequeño porcentaje de 9,2% la botan, las demás opciones como vender y guardar son muy bajas.

Figura 5:

Cuando dejas de usar tu ropa, ¿Qué haces con ella?

247 respuestas



6. **Pregunta:** ¿Al hablarte de Ropa de segunda mano qué es lo primero que piensas con base en las siguientes opciones?

Hipótesis: Las personas piensan en oportunidad además de ser algo sucio o desordenado.

Análisis: Según el resultado de las encuestas el 42.9% de las personas piensan que es una alternativa para el cuidado del medio ambiente. En este caso se resuelve la hipótesis en que se puede dar una oportunidad a la ropa de segunda mano. **(Ver anexo figura 6)**

7. **Pregunta:** Si compraras ropa de segunda mano, de las siguientes opciones ¿Qué sería LO MÁS IMPORTANTE para ti?

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Hipótesis: Las personas piensan en darle una oportunidad además de ser algo sucio o desordenado siempre y cuando cumplan las expectativas propias.

Análisis: La percepción con un 46.9% es que las prendas deben estar en buen estado, en este caso las personas les darían una nueva oportunidad a la ropa de segunda mano. **(Ver anexo figura 7).**

- 8. Pregunta:** Si compraras ropa de segunda mano, de las siguientes opciones ¿Cuál es LA MENOS IMPORTANTE para ti?

Hipótesis: Las personas piensan que la marca de la ropa es lo menos importante a la hora de comprar ropa de segunda mano.

Análisis: El 59.7% de las personas piensan que el aspecto menos importante es la marca de la ropa, el 19% de las personas piensa en el diseño de la ropa seguido del estado de la ropa con 11.1% y finalmente lo menos importante es la calidad de la ropa. **(Ver anexo figura 8).**

- 9. Pregunta:** Al hablar de lugares de venta de ropa de segunda mano, consideras que son: Sucios, Tienen mal olor, Ordenados, Oscuros, Económicos.

Hipótesis: Las personas creen que no hay sitios adecuados para la ropa de segunda mano, su percepción es que este tipo de negocios siempre es en la calle o en locales oscuros y con mal aspecto.

Análisis: La percepción de las personas en un 42.4% dicen que los lugares de venta de ropa de segunda mano son económicos, un 19.1% que son oscuros y un 15,8% que tienen mal olor. Es decir que lo primero que piensan no es en su ubicación o estado, se van más por la economía de las prendas. **(Ver anexo figura 9)**

- 10. Pregunta:** ¿Comprarías ropa de marca de segunda mano? Tuvieran un buen precio, Tuvieran buen diseño, Te dieran estatus ..

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Hipótesis: Existen dos grupos, los que no comprar ropa de marca por lo caro y quienes si la compran por el diseño y lo exclusivo o la colección en curso de alguna marca.

Análisis: La hipótesis se cumple ya que lo principal es que tuvieran un buen precio con el 49.3% y el 39.3% se iría si tienen buen diseño. Es decir si comprarían ropa de segunda mano con estas dos condiciones. **(Ver anexo figura 10)**

11. Pregunta: ¿Cuál de estas opciones te motivará para comprar ropa de segunda mano? Precio, Estado de la ropa, Tipos de marcas.

Hipótesis: Buscan prendas de buena calidad pero a bajo costo, no están dispuestos a comprar ropa de segunda mano cara.

Análisis: Se cumple la hipótesis ya que el 48.9% de las personas comprarían ropa de segunda mano si la ropa está en buen estado y el 36.3% lo harían por el precio. Este es un complemento de las dos respuestas ya que las personas lo primero que verían es el estado de la prenda pero no estarían dispuestos a comprarla si es cara. **(Ver anexo figura 11)**

12. Pregunta: ¿Por qué medio comprarías ropa de segunda mano? Redes Sociales, Boutique, App (Tienda Virtual), Pagina Web, Tienda Física.

Hipótesis: Se lo imaginan como una experiencia completamente agradable a los sentidos en tienda y por Instagram.

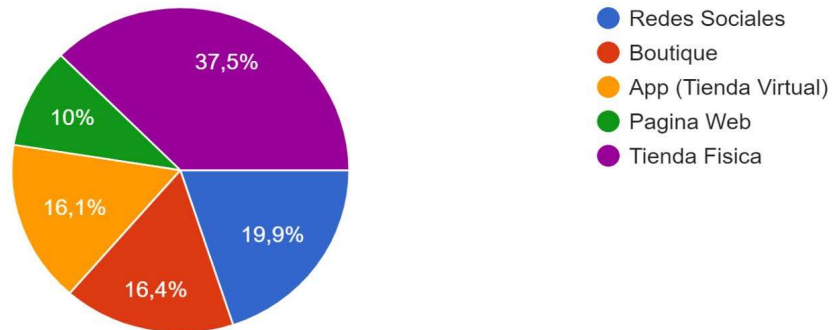
Análisis: La hipótesis no se cumple ya que el 37.5% de las personas prefieren ir a una tienda física a realizar la compra del artículo de segunda mano y un 19.9% lo realizaría en redes sociales. Esto podría darse porque las personas prefieren ver las prendas para asegurarse que estén en buen estado y no tener una mala experiencia con el producto.

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Figura 12:

¿Por qué medio comprarías ropa de segunda mano?

247 respuestas



Conclusiones y Recomendaciones:

El objetivo general de esta investigación fue incentivar el mercado de *Second Hand* en la cultura Colombiana hasta el año 2022, El estudio analizó la información por medio de una investigación mixta, la cual se realizó en dos fases. La primera fase fue la cualitativa y la segunda fase la cuantitativa. La investigación cualitativa se realizó por medio de entrevistas con preguntas abiertas que permitieron guiar el estudio hacia comportamientos realistas del concepto *second hand* en las principales ciudades de Colombia. Las entrevistas se hicieron a mujeres mayores de 22 años, estudiantes o profesionales que les gusta vestirse a la moda, seguir tendencias y verse bien. Sus respuestas fueron los resultados claves para la segunda parte de la investigación cuantitativa, se creó una encuesta de 12 preguntas de selección múltiple dónde participaron 247 personas a nivel nacional, sus respuestas comprobaron las hipótesis creadas durante la investigación sobre los comportamientos del consumo de *Second hand* en Colombia, ya que comprar ropa o artículos de segunda, no se contempla como una opción, puesto que se tiene la concepción de que la ropa usada la utilizan las personas con bajos recursos o en extrema pobreza, (Gomez, 2018). En el caso Colombiano en la investigación cuantitativa se respondieron varias de estas hipótesis enfocadas al comportamiento del consumidor, se evidenciaron los diferentes usos que se da a la ropa usada una vez se deja de usar. Una de las preguntas en la encuesta es saber precisamente este enfoque, a la respuesta de “¿qué hacen con la ropa que ya no usan?”, los encuestados

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

afirman en un 44,8% que regalan las prendas que ya no usan y con un 32,4 % la donan. En el proceso de análisis se evidenció que el resultado con menos participación fue el vender la ropa que no usan con un 5.9% demostrando que en Colombia todavía no se tiene un nicho claro para el mercado de *Second Hand*, es un país donde se tiene poca cultura respecto a esta tenencia o realmente no se conoce sobre el tema en particular, a diferencia de otros países donde se ha desarrollado el concepto del *Second hand* un fenómeno que se proyecta con un crecimiento del 127% para el 2026, (Thered Up, 2021).

Las respuestas de los encuestados demostraron que las costumbres de los colombianos son aptas para un mercado *Second Hand* que se debería desarrollar en el país, sin embargo arrojaron datos adicionales a los anteriores muy importantes, a continuación se mencionan los más relevantes; El primero es el impacto en el medio ambiente donde se quiso mostrar si el consumidor está consciente de las consecuencias que provoca esta industria textil, o prefiere el cambio de colección para tener más alternativas a la hora de comprar, la hipótesis planteó que el consumidor ve de manera positiva los cambios constantes de colecciones, pero al mismo tiempo se quería evidenciar si conocen el daño que causa esto, el resultado fue cerrado ya que para esta pregunta se tuvo un empate con un 26.6%, las personas están divididas ya que unos prefieren encontrar en cualquier establecimiento miles de alternativas a la hora de comprar y otros saben o conocen las consecuencias que la moda rápida está provocando en el medio ambiente. Sin embargo el consumidor está dispuesto a cambiar su perspectiva sobre el mercado *Second Hand* ya que según los resultados que lo primero que piensan al hablar de *Second Hand* qué es “Es una alternativa para el cuidado del medio ambiente” con un 42,9% de afirmación. Sin embargo el consumidor está dispuesto a cambiar su perspectiva sobre el mercado *Second Hand* ya que según los resultados de la pregunta ¿que lo primero que piensan al hablar de *Second Hand* el 42,9% está de acuerdo con la afirmación “Es una alternativa para el cuidado del medio ambiente”.

Es importante resaltar que siguiendo con los resultados de la investigación los consumidores preferirán realizar la compra directamente en un punto físico con un 37,5% a la respuesta porque medio compraría, lo cual aunque estamos en una era digital en este mercado el consumidor seguirá prefiriendo ir personalmente mientras conocen el establecimiento, de igual manera son factores que implican seguridad ya que la ropa de *second hand* debe pasar por una revisión minuciosa para conocer su procedencia, higiene y calidad. Esto ayudaría a

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

generar confianza en el momento de la compra; este tipo de acciones aportan al crecimiento de este mercado *Second hand* de acuerdo con (Global Data, 2021), Este aseguró que hay consumidores que también podrían considerar vender su ropa usada en perfectas condiciones tal y como lo demuestran las encuestas y las nuevas percepciones de los consumidores, donde se está evidenciando el impacto del sector textil. Los resultados analizados en cada una de las preguntas e hipótesis puede afirmar que la tendencia del mercado *second hand* demostró estar en una fase emergente en el país y va a seguir creciendo al implementar establecimientos como VDEVALENTINNA.

Referencias

- Aibar Barrios, L. (2019). *Comportamiento del consumidor responsable: Análisis del consumidor de ropa de segunda mano* [Tesis de pregrado, Universidad de Zaragoza], ZAGUAN Repositorio Institucional de Documentos, <https://zaguan.unizar.es/record/101091/files/TAZ-TFG-2020-2685.pdf>
- Clavijo, A., Lemus, .C, Leal, J., y Gómez M (2021). Estado actual del modelo de negocio de ropa de segunda mano visto desde una perspectiva de economía circular, en la localidad de usaquén – Bogotá (1-27) <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10916/LealTatiana2021.pdf;jsessionid=CBCE585FC58DFD775DB22682E6BF3C1F?sequence=1>
- Castillo, B., Romero, L y Gonzalez, E (2020) Comportamiento del mercado digital respecto a la moda sostenible: Estudio de caso de influencers españolas. *Revista Venezolana de Gerencia Vol. 25 ed.* <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29065286018>
- Fernández, M. (2018). *De la moda rápida a la moda sostenible. La transformación del consumidor.* [Máster Universitario en Cooperación Internacional al Desarrollo, Universidad Pontificia de Comillas] Repositorio Comillas <http://hdl.handle.net/11531/33260>

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

- Gómez, A. (2018). Ropa de segunda mano VS pronta moda, a nivel local y global [Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Bolivariana] Repositorio UPB, <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4871/Ropa%20de%20segunda%20mano%20VS%20pronta%20moda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huang, M.-H., Rust, R., & Maksimovic, V. (2019). The Feeling Economy: Managing in the Next Generation of Artificial Intelligence (AI). *California Management Review*, 61(4), 43–65. <https://doi.org/10.1177/0008125619863436>
- InexModa. (25-27 Enero 2022). *Observatorio de Moda 2021*. http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2022/02/FREEMIUM-Informe-Observatorio-Sistema-Moda-DIC-2021_compressed.pdf
- Johnstone, L. y Lindh, C. (2022) Sustainably sustaining (online) fashion consumption: Using influencers to promote sustainable (un)planned behaviour in Europe's millennials. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 64(102775). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102775>
- Luyando, J. (2015). La economía del sentimiento: gestión en la próxima generación de inteligencia artificial (IA) *Diarios SAGE* <https://www.redalyc.org/journal/417/41744004012/html/>
- Marroquin Ciendúa, F., Palacios Chavarro, J. Sandoval Escobar, M. y Sierra Puentes, M. (2019). Ecological consumption: Exploratory study on women behavior in Colombia . *Espacios*, 40(24). <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/8696>
- Martínez-Barreiro, A. (2020). Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. *Sociedad Y Economía*, (40), 51-68. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i40.7934>
- Ministerio de Sanidad. (2020). Enfermedad por coronavirus. <https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/documentos/ITCoronavirus.pdf>

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Niebles Cifuentes, L. (2020). *Moda sustentable, moda amigable, una oportunidad de mercado.*

[Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana] Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/46669>

ONU. (2019). La Alianza de la ONU para la Moda Sostenible abordará el impacto de la "moda rápida".

<https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/la-alianza-de-la-onu-para-la-moda-sostenible-abordara-el#:~:text=Nairobi%2C%202014%20de%20marzo%20de,motor%20de%20la%20acci%C3%B3n%20ambiental>.

Rodríguez Aboytes, J. G. Barth, M. y Fischer, D. (2022). Evolution of entrepreneurs' expectations using instagram as a business practice: A transformative learning perspective in the case of sustainable fashion entrepreneurs in Mexico., *World Development Sustainability, Volume 1*(100005). ISSN 2772-655X

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772655X22000052>

Sánchez Vázquez, P. Gago Cortés, C, y Alló Pazos, M. (2020). Moda sostenible y preferencias del consumidor. *3C Empresa – Vol 9*

<https://doi.org/10.17993/3cemp.2020.090343.39-57>

Thredup. (2021). 2021 RESALE REPORT. *Thredup*, 1(1), 73.

<https://www.thredup.com/resale/#size-and-impact>

Torres Galindez, R. y Valenza Mendoza, V. (2021). *Análisis de las estrategias del mix de marketing social aplicado en pequeñas empresas de moda sostenible pertenecientes al sector textil y confecciones de Lima Metropolitana.* [Tesis de bachillerato, Pontificia Universidad Católica del Perú]

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/205>

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

Anexos

Documentos Anexos URL:

[Anexo](#)

Anexo A

Anexo B

Anexo C

Anexo D

Anexo E

Anexo F

Anexo G

Anexo H

Anexo I

Anexo J

Anexo K

Anexo Encuestas

Figura 1

Figura 2

Figura 3

Figura 4

Figura 5

Figura 6

Figura 7

Figura 8

Figura 9

Figura 10

Figura 11

Figura 12

Ver Hoja Cuadro de mando del Excel.

[V DE VALENTINA HOJA DE RUTA](#)

Encuestas archivo Google:

[¡ENCUESTA PARA "FASHIONISTAS"! \(respuestas\)](#)

Video presentación Final:

INCURSIÓN A LA MODA SECOND HAND EN COLOMBIA

https://drive.google.com/file/d/15NEk0uMFbD8nZ7XPO3VLhd4GTfA1Brkp/view?usp=drive_web

b