

# Estudi de la demanda del sector de la moda: Elasticitat de preus.

María Fernández Pérez

Josep M<sup>a</sup> Raya Vilchez

13/06/2023

**MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU**

---

**Curs: 5è**

**Estudis: Doble titulació en Administració d'empreses i Gestió de la Innovació i Màrqueting i Comunitats digitals.**

## Resum

En aquest estudi s'analitza l'elasticitat de preus en el sector de la moda, i es comparen els sectors de *fast* i *slow-fashion* mitjançant un experiment controlat i una anàlisi de l'Enquesta de Pressupostos Familiars de l'Institut Nacional d'Estadística (INE). Els resultats revelen que la demanda de peces de roba és inelàstica respecte al preu, mentre que la demanda està influenciada per variables com l'edat, la grandària de la família i la renda. L'estudi experimental mostra que els consumidors de moda *slow-fashion* són més elàstics que els de *fast-fashion*, i els hàbits sostenibles també influeixen en l'elasticitat dels preus en productes de moda lenta.

## Resumen

En este estudio se analiza la elasticidad de precios en el sector de la moda, y se comparan los sectores *fast* y *slow-fashion* mediante un experimento controlado y un análisis de la Encuesta de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE). Los resultados revelan que la demanda de prendas de ropa es inelástica respecto al precio, mientras que la demanda está influenciada por variables como la edad, el tamaño de la familia y la renta. El estudio experimental muestra que los consumidores de moda *slow-fashion* son más elásticos que los de *fast-fashion*, y los hábitos sostenibles también influyen en la elasticidad de los precios en productos de moda lenta.

## Abstract

This study analyses price elasticity in the fashion industry and compares the *fast* and *slow-fashion* sectors through a controlled experiment and an analysis of the Household Budget Survey of the Spanish National Statistics Institute (INE). The results reveal that the demand for clothing is price inelastic, while demand is influenced by variables such as age, family size and income. The experimental study shows that *slow-fashion* consumers are more elastic than *fast-fashion* consumers, and sustainable habits also influence the price elasticity of *slow-fashion* products.

## Índex

1. Introducció .....	6
2. Marc Teòric.....	8
2.1 Demanda en el sector de la roba .....	8
2.1.1 Factors que influencien la demanda de roba .....	8
2.1.2 Estimacions de la demanda de la roba .....	10
2.2 <i>Slow i Fast-fashion</i> .....	11
2.3 Elasticitat de preus de la demanda de roba.....	13
2.4 Conclusió del Marc Teòric.....	15
3. Objectius i hipòtesis .....	16
4. Metodologia .....	17
4.1 Dades .....	17
4.1.1 Dades secundàries. Enquesta de pressupostos familiars .....	17
4.1.2 Confecció de l'experiment.....	21
4.2 Anàlisi.....	24
5. Resultats .....	26
5.1 Resultats EPF .....	26
5.1.1 Hipòtesi específica 1 .....	26
5.1.2 Hipòtesi específica 2.....	29
5.2 Resultats experiment .....	29
5.2.1 Hipòtesi específica 3.....	30
5.2.2 Hipòtesi específica 4.....	32
6. Conclusions .....	34
7. Referències .....	37
8. Annexos .....	41

8.1 Extracció dada preu .....	41
8.2 Enunciat experiment grup de control 1 .....	41
8.3 Enunciat experiment grup de control 2 .....	46
8.4 Enunciat experiment grup experimental 1 .....	51
8.5 Enunciat experiment grup experimental 2 .....	58

---

## **Índex de taules**

1 Taula: Variables a analitzar EPF .....	19
2 Taula: Variables explicatives a analitzar EPF.....	20
3 Taula: Resum de la tècnica i l'anàlisi per a cada hipòtesi.....	25
4 Taula: Elasticitat de preus.....	27
5 Taula: Freqüències elecció opció peces amb millors qualitats .....	30
6 Taula: Freqüència escollir marca amb preus més elevats.....	31
7 Taula: Freqüència elecció opció slow-fashion segons hàbits sostenibles.....	32

## 1. Introducció

Segons Jimeno (2022), l'aportació del sector de la moda al PIB d'Espanya és del 2,4%, amb un total de 20.106 empreses. D'aquestes empreses, el 84,7% són micropimes, el 13,3% són pimes i el 2% restant correspon a grans empreses. A més, es destaca que el sector de la moda a Espanya dona ocupació al 4,1% de la població activa.

Les comunitats autònomes més importants l'any 2020 en els negocis del sector tèxtil, de la confecció i del cuir i el calçat a Espanya, van ser la Comunitat Valenciana, com a primera en el rànquing per nombre d'empreses i treballadors, i Catalunya, ja que va registrar la facturació més gran agregada del conjunt del sector de la moda (INE, 2021).

El sector de la moda a Espanya, de gener a març de 2022 ha facturat un 14,9% més que durant el mateix període de 2021, arribant gairebé als 4.450 milions d'euros. L'any 2020, a causa de les restriccions de la pandèmia per la Covid-19, el sector de la moda va perdre més del 25% de la facturació de l'any 2019, descendint per sota dels 15.000 milions d'euros. Des d'aquell moment el sector ha anat creixent, però molt lentament; així i tot, les dades assenyalen que el 2022 haurà estat l'any de recuperació per a tornar com a mínim a aquelles dades de 2019 (Generalitat de Catalunya, 2022).

Al llarg del temps, el mercat de la moda ha experimentat canvis significatius. En particular, a l'últim segle, la varietat de peces de vestir disponibles s'ha ampliat considerablement. Tot i això, gran part del consum de roba actualment se centra en productes de baixa qualitat i preus reduïts, impulsats per les ràpides modes passatgeres que les empreses tèxtils busquen aprofitar a través de la producció freqüent de "noves col·leccions". Aquesta tendència es veu accentuada pel fet que els consumidors utilitzen la roba per períodes de temps cada cop més curts (Mason, M. C., Pauluzzo, R., & Umar, R. M., 2022). Aquests canvis contrasten amb el passat, on la gent solia buscar productes de més qualitat i durabilitat a causa de la limitada capacitat de compra (Buetas & Raluy, 2019).

En el sector de la moda, estan implicats des de les grans firmes de disseny fins als petits comerços de barri i, arran de la pandèmia, alguns patrons de consum s'han vist alterats i totes les empreses s'han anat adaptant a aquesta nova forma d'actuar. El canal de compra dels productes ha estat de les variables més alterades, i és que l'any 2021 la moda ha estat el producte que més s'ha consumit via *online* a Espanya, amb

unes xifres del 54%. En els últims anys també apareix un nou factor que va prenent força i és la moda de segona mà. Les noves generacions cada cop són més conscients dels productes que consumeixen i l'impacte que té això en el medi ambient. Arran d'això, la *fast-fashion* està començant a deixar de ser atractiva per algunes persones que s'estan decantant més per productes sostenibles com de *slow-fashion* o que fomentin una economia circular (Periódico de publicidad, comunicación comercial y marketing, 2022).

En aquest treball, es vol estudiar la demanda actual a Espanya del sector de la moda i, més específicament, analitzar l'elasticitat de preus (INE, 2021).

L'elecció del tema ve motivada per un interès personal com és la moda i per la curiositat d'analitzar en quina situació es troba el sector, i la relació preu que tenen les persones amb la roba. La roba és un producte que forma part del dia a dia de tothom i sobretot ara, en aquesta era en la que hi ha una gran exposició a través de xarxes d'aparició de noves marques, peces de roba, etc. de forma continuada; i cadascuna amb diferents preus i característiques. Per aquesta raó, es vol analitzar quin és l'interès per aquesta indústria en funció als preus.

L'elecció també ha vingut fomentada pels coneixements que s'han anat adquirint en algunes assignatures dels darrers anys, com per exemple: Microeconomia amb l'aprenentatge sobre els principis econòmics que són fonamentals per comprendre els factors que influeixen en la demanda en el sector de la moda; patrons internacionals, amb les tendències de moda en l'àmbit global i comprendre com els factors culturals i socials afecten les preferències dels consumidors; i estadística, com a eina clau per analitzar les dades i obtenir resultats significatius sobre l'elasticitat de preus i altres variables relacionades amb el consum de moda. Aquests coneixements poden ser molt útils i la base per al desenvolupament d'aquest treball.

El treball d'investigació s'estructura en un marc teòric, en el que es desenvolupen aquells aspectes més rellevants per a desenvolupar la recerca i assolir uns coneixements sobre la literatura científica anterior relacionada amb aquest estudi. Arran d'aquesta revisió documental, s'extreuen unes hipòtesis amb els seus pertinents objectius, que seran el fil conductor de la investigació. Després es desenvoluparà la metodologia que s'emprarà per a donar resposta a aquestes anteriors esmentades hipòtesis, que en aquest estudi serà tant ús de dades primàries amb l'Enquesta de

Pressupostos Familiars (EPF), com la creació de dades secundàries amb un experiment.

## **2. Marc Teòric**

El marc teòric desenvolupa els aspectes rellevants, basats en literatura empírica, per a l'estudi de la demanda i l'elasticitat-preu del sector de la moda. S'estructura en apartats i subapartats des de, primerament, temes més generals com és la demanda en el sector de la roba, fins al més específic i acotat com l'elasticitat de preu en sectors més determinats, com la *slow-fashion*.

En aquest apartat es tractaran els temes de la demanda de la roba, fent esment a les característiques d'aquesta, als factors demogràfics dels consumidors que la influeixen i a com es fan les estimacions de la demanda avui en dia en el sector de la moda. Es desenvoluparan aquests dos sectors en tendència com són la *slow* i la *fast-fashion*. I a continuació també es tractarà l'elasticitat de preus de la demanda de la roba, el tòpic econòmic més proper a la recerca que es desenvolupa en aquest treball.

### **2.1 Demanda en el sector de la roba**

A la indústria de la moda, se sap habitualment que les demandes dels consumidors són molt volàtils (Choi, 2007). Tant és així que els consumidors són considerats com a molt "infidels", ja que habitualment la seva selecció es basa primer en el preu del producte. Per això les empreses intenten reduir els costos de producció al màxim, inclús portant la fabricació a països on la mà d'obra és barata i poden aconseguir un baix cost per poder competir (Lee, 2002).

#### **2.1.1 Factors que influeixen la demanda de roba**

Kral, P., Janoskova, K., Lazaroiu, G., & Suler, P. (2020) van investigar quines són les fonts de creixement de la demanda de roba en funció a les característiques demogràfiques dels consumidors com l'edat, el gènere, els ingressos, l'ocupació, l'estil de vida, la influència social i els valors personals; també de les regions i dels atributs del producte.



Aquests factors són determinants i configuren el consum intern de diversos productes de moda, i és imprescindible tenir-los en compte per tal de satisfer de manera rendible la demanda del consumidor en condicions de mercat volàtil (Ghodsi, Grübler & Stehrer, 2016).

Alguns d'aquests factors determinants que fan referència a característiques i variables demogràfiques dels consumidors, segons Kumar, S., & Yadav, R. (2021), són principalment: L'**edat**, els consumidors de moda poden ser d'una àmplia varietat d'anys, però alguns grups d'edat poden tenir més probabilitats de participar en el consum de moda. Per exemple, els consumidors més joves tenen més probabilitats de seguir les últimes tendències de la moda, mentre que els consumidors més grans poden estar més interessats en estils clàssics o atemporals. També s'ha de tenir en compte que l'edat del consumidor principal pot no ser sempre la del consumidor final de la roba, com en el cas dels nens (Manchiraju & Sadachar, 2014).

Quant a la variable **gènere**, el consum de moda no es limita a cap en específic, però els homes i les dones poden tenir preferències de moda i comportaments de compra diferents; per tant, aquesta variable és significativa, ja que mostra diferències en els seus patrons de compra (Ayman & Kaya, 2014).

Pel que fa a la variable **ingressos**, pot ser molt àmplia i és una característica que altera els patrons de compra del consumidor de moda respecte al tipus de producte; les persones amb ingressos més alts tenen més probabilitats de comprar roba de luxe o de disseny (Zhang & Kim, 2013).

L'**ocupació** del consumidor de moda pot influir en les seves opcions de roba. Per exemple, un professional de l'empresa pot tenir més probabilitats de comprar roba formal, mentre que un treballador de la construcció pot prioritzar la durabilitat i la funcionalitat de les peces (Gardes, 2019).

L'**estil de vida** també influeix les opcions de productes de moda; un consumidor amb un estil de vida actiu pot tenir més probabilitats de comprar roba esportiva, mentre que un consumidor amb un estil de vida més enfocat al sector empresarial és més probable que compri roba formal (Gazzola, P., Pavione, E., Pezzetti, R., & Grechi, D., 2020).

La **influència social** en els consumidors té un impacte significant en els seus patrons de compra de moda; Sovint aquests es veuen influenciats per les opinions i el comportament dels seus amics, familiars i altres grups socials. Les xarxes socials i els *influencers* en els últims anys també tenen un paper de pes en la configuració de les preferències dels consumidors (Loureiro, Costa & Panchapakesan, 2017).

En últim lloc, els **valors personals** dels consumidors també es tenen en compte a l'hora de triar productes de moda; alguns consumidors poden ser més propensos a comprar roba feta amb materials sostenibles o feta amb pràctiques laborals justes (Manchiraju & Sadachar, 2014).

Els autors Rocha, Hammond & Hawkins (2005) conclouen, utilitzant la metodologia de l'enquesta, que la decisió de compra dels consumidors està determinada pels mateixos preus de la roba, l'edat, l'ocupació, el gènere, les regions i la presència de nens.

### **2.1.2 Estimacions de la demanda de la roba**

L'estudi microeconòmic de la demanda de la roba (i, per tant, de la seva elasticitat) és important en el sector de la moda, ja que permet comparar diferents subpoblacions (joves amb gent gran, rics amb pobres, etc.), donant l'opció de mesurar la variació en el benestar relacionat amb els canvis de preu i per a les suposicions de les funcions de demanda. I és que aquestes microdades poden proporcionar paràmetres més sòlids que l'estimació de macrosèries temporals (Gardes, 2019).

Per a estimar la demanda d'un producte, hi ha dues pràctiques habituals per escurçar al màxim aquesta predicció i obtenir una recollida de dades amb informació rellevant. La primera és l'anomenada previsualització, i consisteix en el fet que durant un període de dues a cinc setmanes abans de l'inici de la temporada de venda (el període de previsualització), els clients poden fer una comanda prèvia dels productes que sortiran a la següent temporada amb un petit descompte. Per altra banda, l'altra pràctica consisteix a contractar o consultar amb un comitè d'experts que poden proporcionar unes previsions per a productes d'interès determinats. En el cas del sector de la moda els mètodes de judici per part d'expert funcionen millor que els mètodes basats en la informació de la demanda anticipada (Mantrala & Rao, 2001). A part d'aquestes pràctiques un altre element que ha ajudat molt han estat les tecnologies de la

informació. Aquestes permeten obtenir una informació gairebé immediata i en temps real sobre les vendes d'aquests productes a les botigues i millora l'eficàcia en la gestió de la comunicació entre les botigues i l'empresa. Aquest nou sistema permet adaptar oferta i demanda ràpidament, ja que la fluïdesa entre els productors és molt gran i la resposta és molt ràpida. Internet ha servit per reduir els costos operatius i de gestió i també ha contribuït al desenvolupament d'una millor comunicació entre l'empresa matriu i les botigues (Barreiro, 2008).

Tots aquests factors i metodologies es tenen en compte en el moment que les empreses han de fer la previsió de la demanda. En aquest sentit, les estimacions d'elasticitat de demanda poden ser molt útils per a les empreses a l'hora d'aplicar diferents promocions de preus per a diferents estrats de població, ja que a través dels impactes demogràfics marginals es pot avaluar l'efectivitat d'aquestes estratègies (Fisher, Gallino & Li, 2018). Així, aquesta elasticitat juga un paper fonamental en les estratègies de preus empresarials, pel fet que si l'elasticitat de preu és errònia, pot conduir a decisions de preu incorrectes, incrementant unes despeses innecessàries. En un sector tan competitiu com la moda, les decisions de preu són crucials a l'hora de competir amb la resta d'empreses (Kalla, Murikinjeri, Abbaiah & Samanthapudi, 2017).

## **2.2 Slow i Fast-fashion**

La moda ràpida o *fast-fashion* es refereix a la pràctica de produir ràpidament roba de baix cost basant-se en les últimes tendències. Aquestes peces acostumen a estar fetes amb materials de menor qualitat i estan pensades per ser usades poques vegades abans de ser descartades. Això provoca un rellevant impacte ambiental, a causa de la gran quantitat d'aigua, energia i productes químics que s'utilitzen en la producció, així com l'eliminació de la roba un cop gastada. Aquest estil de producció sovint es basa en mà d'obra de baix cost, la qual cosa pot significar pèssimes condicions laborals i salaris baixos per als treballadors (Domingos, M., Vale, V. T., & Faria, S., 2022).

La moda lenta o *slow-fashion*, en canvi, és un moviment que posa l'accent en la sostenibilitat i la producció ètica a la indústria de la moda. La roba produïda sota el model *slow-fashion* sovint es fa amb materials de major qualitat i està dissenyada per durar més temps, en lloc de ser substituïda ràpidament per nous estils i tendències del

mercat. Se centra a reduir l'impacte ambiental de la producció, en promoure pràctiques sostenibles i en prioritzar les pràctiques laborals justes i els drets dels treballadors (Jung & Jin, 2016).

La moda ràpida té una gran demanda perquè és assequible i de fàcil accés als consumidors. Molts minoristes de *fast-fashion* són capaços de produir roba de manera ràpida i a un baix cost utilitzant mà d'obra barata i reduint els materials i la producció. Aquest fet els permet vendre els seus articles a un preu més baix que les marques de moda tradicionals. La moda ràpida també respon al desig dels consumidors de mantenir-se al dia de les últimes tendències, ja que poden llançar ràpidament nous productes al mercat en resposta a les tendències més actuals i canviants de la moda. A més, les cadenes de comerços de moda ràpida han tingut èxit en crear una cultura d'un sol ús i encoratjar els consumidors a comprar cada cop més sovint, la qual cosa alimenta encara més la demanda de moda ràpida (Mason, M. C., Pauluzzo, R., & Umar, R. M., 2022).

La demanda de moda lenta ve impulsada per una consciència creixent dels impactes ambientals i socials negatius de la indústria de la moda ràpida. Aquest moviment va començar a guanyar força a principis dels anys 2000, quan els consumidors eren cada cop més conscients de la necessitat de la sostenibilitat i la producció ètica a la indústria de la moda. Ara avui dia, aquesta consciència està en augment i els consumidors estan disposats a pagar més per articles de moda lenta, ja que estan fets per durar més temps i tenir un menor impacte ambiental. A més, els dissenys únics i atemporals de roba *slow-fashion*, que no segueixen tendències, tècnica que fa que sigui un atractiu per als consumidors que volen destacar i tenir un estil personal. L'auge de les xarxes socials també ha ajudat a promocionar les marques de *slow-fashion* i els seus valors, fet que ha augmentat la consciència i la demanda dels consumidors d'aquests productes (Brewer, 2019)

El futur de la *slow-fashion* sembla prometedora a mesura que més consumidors prenen consciència de l'impacte ambiental i social de la indústria de la moda. Probablement, hi haurà un canvi continuat cap a roba i accessoris sostenibles i de fabricació ètica. Els consumidors també continuaran exigint més transparència a les marques de moda i buscaran marques obertes i transparents sobre els seus processos de producció. Les marques adoptaran cada cop més pràctiques sostenibles, com ara l'ús de materials ecològics, la reducció de residus i la garantia de pràctiques laborals justes. Les

marques que siguin capaces d'integrar amb èxit pràctiques sostenibles i ètiques en els seus models de negoci estaran ben posicionades per tenir èxit en el futur (Jung & Jin, 2014).

A més, hi haurà un enfocament creixent en la moda circular, on la roba està dissenyada per ser reutilitzada, reparada i reciclada (Brooks, Fletcher, Francis, Rigby & Roberts, 2017).

### **2.3 Elasticitat de preus de la demanda de roba**

Anteriorment hem vist la importància de les estimacions de la demanda de la roba. En aquest context hem vist la importància que pot tenir l'estimació de la seva elasticitat de demanda per prendre decisions de preus, per exemple. L'elasticitat és una de les mesures més importants en el concepte de demanda i fa referència a com una variable econòmica respon als canvis d'una altra variable econòmica (Nicholson, 2015).

En particular, l'elasticitat-preu de la demanda es refereix a la resposta de la quantitat d'un bé o servei demandat a un canvi en el seu preu. En el context de la indústria de la moda, es refereix a la capacitat de resposta de la quantitat de productes de moda demandats a un canvi en els seus preus (Bañuelos, 1993).

Quan l'elasticitat-preu de la demanda de productes de moda és elàstica, els consumidors són sensibles als canvis de preu i estan disposats a canviar a altres productes o marques si augmenta el preu d'un article de moda. D'altra banda, quan l'elasticitat preu de la demanda és inelàstica, un petit canvi en el preu comporta un petit canvi en la quantitat demandada. En aquest cas, els consumidors són menys sensibles als canvis de preu i tenen menys probabilitats de canviar a altres productes o marques (Kalla, Murikinjeri, Abbaiah & Samanthapudi, 2017).

L'elasticitat-preu de la demanda pot variar en funció d'una sèrie de factors com el tipus d'article de moda, el mercat objectiu, la disponibilitat de substituïts i el nivell de fidelitat a la marca. Els productes de luxe, per exemple, acostumen a tenir una demanda més inelàstica perquè els consumidors estan disposats a pagar un preu superior per l'estatus i l'exclusivitat associats a la marca (Godart & Seong, 2015). D'altra banda, els articles de moda ràpida tendeixen a tenir una demanda més elàstica perquè els

consumidors són més sensibles als preus i hi ha molts substituïts disponibles (Fernandes & Tang, 2020).

Pel que fa a estudis que estimen l'elasticitat utilitzant dades macroeconòmiques (a escala de país o regió), Ghodsi, Grübler & Stehrer (2016) van fer un estudi sobre l'elasticitat de la demanda de les importacions en l'àmbit mundial i els resultats, utilitzant els pesos d'importació a les regions del món, van revelar que totes les regions mundials tenen una tendència a ser elàstiques, ja que tots els coeficients són superiors a 1; ressaltant la zona sud-asiàtica i nord-americana amb coeficients d'1.41 i 1.35 com a les més elàstiques i a Europa i l'Àsia central com a les menys elàstiques, tot i ser elàstiques, amb un coeficient d'1.14. La interpretació més evident és que països amb una àmplia superfície territorial i una economia ben desenvolupada poden reemplaçar amb més facilitat els productes importats per béns de producció nacional, mentre que països petits i en vies de desenvolupament no tenen la capacitat de crear i mantenir una varietat d'indústries nacionals i depenen més de les importacions. El mateix estudi també va desenvolupar l'elasticitat de demanda per diferents sectors de productes, i tant els tèxtils, com la pell i el calçat, van ser dels més elàstics sobre subgrups amb coeficients de 1.411 i 1.324 respectivament.

Per altra banda, Gostkowski (2018) va fer una recerca sobre l'elasticitat de la demanda del consumidor per a una llar estàndard de Polònia. Va classificar el consum en sis grups diferents, en els quals, al tercer estaven inclosos els elements de roba i calçat. Va analitzar les dades macroeconòmiques amb el model QUADIS que permet determinar el coeficient d'elasticitat de despesa. El coeficient resultant obtingut per al grup va ser de 1.292, que l'ésser una xifra superior a 1 indica que és un producte elàstic. També van ser considerats com a elàstics els grups d'estudi de transport i recreació, i restauració i hotels.

Respecte als estudis que utilitzen les dades microeconòmiques per calcular l'elasticitat de demanda (dades a escala d'individus i llars), Fadiga, Misra & Ramirez (2005) van estudiar l'elasticitat preu de productes de moda per subproductes i gènere. Els diferents elements de recerca van ser pel gènere masculí: Camisa, pantaló texà, pantaló curt i pantaló de vestir; i pel gènere femení: Pantaló texà, pantaló curt, pantaló de vestir, faldilla i vestit. Van concloure que l'únic producte inelàstic és la camisa d'home amb un coeficient de 0.648, que els autors ho justifiquen amb la diversitat de productes i preus que estan inclosos en aquest grup. Quant als elements elàstics,

aquells en què la xifra ha estat més gran que 1 i es troben en l'extrem d'aquesta característica, són les faldilles i els pantalons de vestir del gènere masculí, amb dades de 2.941 i 2.829, respectivament.

Pel que fa a l'estudi de l'elasticitat de preus de la *slow-fashion*, no hi ha estudis que la quantifiquin, així i tot, n'hi ha alguns que intueixen la força de la mateixa i apunten que aquesta pot ser relativament inelàstica; el que significa que un augment o disminució del preu no afecta significativament la quantitat demandada. Això es pot deure a diferents factors com per exemple: la disposició dels consumidors a pagar més per roba produïda de manera ètica o sostenible, o la falta de productes similars als de *slow-fashion* (Štefko & Steffek, 2018).

La demanda de *slow-fashion* a Espanya, com a altres països, creix a mesura que els consumidors prenen més consciència de les implicacions ambientals i ètiques de la moda ràpida. El moviment *slow-fashion* està guanyant força a escala mundial, i Espanya no és una excepció. Els consumidors espanyols poden estar disposats a pagar un sobrepreu per la roba sostenible i de producció ètica, que podria contribuir al creixement del sector de la *slow-fashion* al país. A més, el govern espanyol també ha anat prenent mesures per promoure la moda sostenible, com ara el llançament de campanyes de conscienciació sobre l'impacte ambiental de la moda ràpida (Castro-López, Iglesias & Puente, 2021).

## **2.4 Conclusió del Marc Teòric**

Per a desenvolupar aquesta recerca s'ha revisat la literatura empírica relacionada amb aspectes rellevants per aquesta investigació. S'han trobat molts articles lligats amb la demanda de la roba com per exemple Mostard, Teunter & Koster (2011) que investiguen quin és el mètode més eficaç per predir la demanda de productes d'un sol període, abans que comenci el període en el sector de la moda. També Fadiga, Misra & Ramírez (2005) cerquen i quantifiquen les característiques demogràfiques del consumidor que afecten la demanda de la roba.

S'han contemplat altres documents científics que analitzen l'elasticitat-preu de productes de moda; Fisher, Gallino & Li (2018) es centren en productes de roba consumits de forma *online*, i (Kalla, Murikinjeri, Abbaiah & Samanthapudi, 2017) fan

esment en les metodologies avançades de preparació de dades en el context de l'estimació de l'elasticitat de la demanda en el negoci de la moda.

També s'ha analitzat la literatura sobre el sector *slow-fashion*; en què consisteix, les seves característiques diferenciadores, etc. com Shen, Wang, Lo & Shum (2012) i Jung & Jin (2014).

Després d'aquesta anàlisi, tot i trobar estudis comparatius de la *slow* i la *fast-fashion*, com Brewer, M. K. (2019), no s'han trobat estudis que calculin l'elasticitat-preu de la demanda de moda i que comparin aquestes dades entre els dos mencionats subsectors.

### 3. Objectius i hipòtesis

Una vegada s'obté una visió de les dades nacionals en relació amb el sector de la moda i de l'anàlisi que han dut a terme altres recerques i articles, l'objectiu principal d'aquest projecte serà estudiar la demanda del sector de la moda a Espanya, fent menció a l'elasticitat de preus. Anteriorment, s'ha estudiat quina és la demanda de roba als EUA, quines són les característiques demogràfiques dels consumidors que afecten la demanda d'aquest tipus de productes, etc. Per aquesta raó l'objectiu principal serà donar resposta a aquest buit d'informació en aquesta situació de canvi de tendència de consum en els darrers anys en el sector de la moda.

Aquesta recerca es basarà en quatre hipòtesis específiques que es desenvolupen a partir de l'objectiu general.

- Objectiu general: Estudiar l'elasticitat de demanda del sector de la moda en termes generals i comparar-la en els sectors *slow* i *fast-fashion* (Brewer, M. K., 2019).
- Objectiu específic 1: Determinar si la demanda de la indústria de la moda és elàstica o inelàstica, en funció a la sensibilitat als preus dels consumidors (Fisher, Gallino & Li, 2018).

**Hipòtesi específica 1:** La demanda de la indústria de la moda és elàstica.

- Objectiu específic 2: Analitzar l'impacte de la variable elasticitat renda a la indústria de la moda i determinar si es significativa i segons l'estudi de la seva



elasticitat classificar quin tipus de bé és la vestimenta (Fadiga, Misra & Ramírez, 2005).

**Hipòtesi específica 2:** L'elasticitat renda de la indústria de la moda mostra que els productes de vestimenta són un bé de primera necessitat.

- Objectiu específic 3: Comparar l'elasticitat de preus en els sectors *slow* i *fast-fashion* i determinar quin és el més elàstic (Brewer, M. K., 2019).

**Hipòtesi específica 3:** Els consumidors de moda *slow-fashion* són més elàstics que els consumidors de *fast-fashion*.

- Objectiu 4: Calcular si l'efecte de la variable sostenibilitat és significativa en l'estudi d'elasticitat de preus (Jung & Jin, 2014).

**Hipòtesi específica 4:** Els consumidors amb hàbits sostenibles són més elàstics als preus dels productes *slow-fashion* del sector de la moda.

## 4. Metodologia

En aquest apartat es descriu la tècnica que s'utilitzarà per desenvolupar cadascun dels objectius i verificar les hipòtesis anteriorment esmentades.

### 4.1 Dades

Les tècniques que s'empraran en aquesta investigació seran l'anàlisi de dades secundàries i la creació de dades primàries mitjançant un experiment científic.

#### 4.1.1 Dades secundàries. Enquesta de pressupostos familiars

L'anàlisi de dades secundàries es farà a través de les dades oficials de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), específicament de les microdades de l'enquesta de pressupostos familiars (EPF). Aquesta enquesta aporta informació anual i a escala de llar sobre la naturalesa i el destí de les despeses de consum, així com de diferents aspectes relacionats a les condicions de vida de les llars. Fa referència tant al flux monetari que empra cada llar per determinats béns i serveis de consum final, com és

el cas de la despesa en roba, com els béns d'autoconsum, autosubministrament, etc. (INE, 2021).

Per tant, per donar resposta a les hipòtesis específiques 1 i 2, que fan referència a l'estudi de l'elasticitat de la demanda de la moda en general i per subgrups, s'empraran les dades d'EPF, de l'INE. Aquestes proporcionen qualsevol variable relacionada amb la despesa, total o mitjana, les corresponents taxes de variació i les estructures de consum procedents d'aquesta. L'enquesta està estructurada en els dotze grans grups següents, dels quals serà el número 3 l'important per aquest estudi:

1. Aliments i begudes no alcohòliques
2. Begudes alcohòliques i tabac
3. Vestit i calçat
4. Habitatge, aigua, electricitat, gas i altres combustibles
5. Mobles, articles de la llar i articles per al manteniment corrent de la llar
6. Sanitat
7. Transport
8. Comunicacions
9. Oci i cultura
10. Ensenyament
11. Restaurants i hotels
12. Altres béns i serveis

Les unitats bàsiques d'anàlisi són les llars privades residents en habitatges familiars principals, es pren com a unitat primària de mostreig la secció censal i com a unitat última els habitatges familiars principals que pertanyin a aquesta secció i l'àmbit geogràfic d'investigació és tot el territori espanyol.

La secció que es farà servir més en profunditat serà la referent a "despeses de referència mensual" i la secció d'adquisició de béns i serveis en específic els articles de vestir, calçat i complements. Les últimes dades disponibles i que s'utilitzaran seran les de l'any 2021, que van ser publicades el juny de 2022.

Les dades se n'extrauran de forma més específica de l'enquesta de pressupostos familiars, despesa de referència mensual. En particular de la secció B, a l'apartat d'articles de vestimenta, calçat i complements, en les preguntes que fa referència a:

- Peces de vestir per a home confeccionades o fetes a mida.
- Peces de vestir per a dona confeccionades o fetes a mida.
- Calçat d'home.
- Calçat de dona.

En cada pregunta, els individus enquestats han especificat el concepte, que fa referència a una descripció del producte comprat, la quantitat, l'import, el mes i any de la compra i per últim si ha sigut una compra per internet o física.

1 Figura. Pregunta exemple EPF

**(03121) Prendas de vestir para hombre confeccionada o hecha a medida:** prendas exteriores de abrigo y lluvia (abrigos, gabardinas, cazadoras, etc.). Trajes, pantalones, jerséis, camisas, etc. confeccionados y hechos a medida. Ropa deportiva siempre que pueda utilizarse para un uso no deportivo (chándales, bañadores, etc.). Ropa para dormir, ropa interior (calcetines, camisetas, calzoncillos).

**Excluye:** la ropa de trabajo comprada por el hogar y destinada al personal doméstico asalariado y las medias y prendas de calcetería para uso médico.

SÍ NO  
1  6  → Pasar a 03122  
↓

Concepto	Cantidad	Importe	Mes/Año	Internet
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

Font: EPF (INE, 2021)

Cadascuna d'aquestes preguntes està associada a un codi numèric (número de producte) i seran analitzades a partir de la variable despesa (GASTONOM), que fa referència a l'import total de la despesa monetària anual de la llar, elevada temporalment i poblacionalment.

1 Taula: Variables a analitzar EPF

Font	Pregunta de l'enquesta	Codi	Variable
EPF. Qüestionari despesa de referència mensual. Secció B.	Peces de vestir per a home confeccionades o fetes a mida.	03121	GASTONOM
EPF. Qüestionari despesa de referència	Peces de vestir per a dona confeccionades o fetes a	03122	GASTONOM

mensual. Secció B.	mida.		
EPF. Qüestionari despesa de referència mensual. Secció B.	Calçat d'home.	03211	GASTONOM
EPF. Qüestionari despesa de referència mensual. Secció B.	Calçat de dona.	03212	GASTONOM

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a les variables explicatives, que fan referència a les dades sociodemogràfiques, se n'extrauran de l'enquesta de pressupostos familiars, del qüestionari de fitxa de la llar. De forma més específica de la secció D, dades dels membres de la llar. S'analitzaran les preguntes 1, 2 i 11, que engloben l'edat, el gènere i el nivell d'estudis, respectivament.

2 Taula: Variables explicatives a analitzar EPF

Font	Pregunta de l'enquesta	Nº de pregunta	Variable
EPF. Qüestionari fitxa de la llar. Secció D.	Quina és la data de naixement?	1	EDAD
EPF. Qüestionari fitxa de la llar. Secció D.	Sexe.	2	SEXO
EPF. Qüestionari fitxa de la llar. Secció D.	Quin és el nivell d'estudis més alt que ha completat?	11	ESTUDIOS

Font: Elaboració pròpia.

#### 4.1.2 Confecció de l'experiment

Per dur a terme aquest experiment que permetrà conèixer l'elasticitat de demanda de la moda *slow fashion* en relació amb la moda *fast fashion*, s'han utilitzat diversos experiments d'articles com a referència. Martínez-Carrasco, Brugarolas, Martínez, Espinosa i Fresquet (2012) van realitzar una subhasta experimental amb tomàquets millorats genèticament, prenent en consideració les seves diferents característiques. S'ha emprat com a base la subhasta experimental, perquè aquests s'usen fonamentalment per a determinar la disposició a pagar de les persones, la comparació de preus i també per identificar les preferències dels consumidors (Noussair, Robin & Ruffieux, 2004).

Per al format d'una de les preguntes, es va seguir l'experiment de Murphy, Ackermann i Handgraaf (2011), que mesura la magnitud de la preocupació que les persones tenen per altres, coneguda a vegades com a *Social Value Orientation* (SVO). Finalment, per a la part final de l'estudi, es va utilitzar l'article de Liedtke, Welfens, Schaefer i Baedeker (2008), que examina com l'educació pot afectar les eleccions d'estil de vida i el desenvolupament d'hàbits sostenibles.

L'estudi està dividit en dues parts. La primera part és en format de distribució de pressupost, amb dos grups experimentals que estan exposats a dues parelles de preus diferents, tenint en compte les diferents característiques que són rellevants per a la moda ràpida i la lenta, així com una pregunta sobre l'orientació de valor social. La segona part de l'experiment se centra en qüestions sociodemogràfiques i els hàbits sostenibles de cada individu.

En aquest experiment, els participants seran estudiants de la Universitat TecnoCampus. Segons l'estudi de Viglia i Dolnicar (2020), els experiments ben planificats i realitzats permeten demostrar les relacions causa-efecte. Això es pot aconseguir seguint certes característiques essencials. Per exemple, pel que fa a l'anàlisi estadística, l'experiment ha d'utilitzar tècniques apropiades per analitzar les dades obtingudes i assegurar-ne la validesa i la fiabilitat. Pel que fa a l'ètica, l'experiment<sup>1</sup> ha de complir amb els estàndards ètics en la investigació i respectar els drets i la dignitat dels participants. Altres característiques importants són la inclusió

---

<sup>1</sup> Aquest experiment ha estat revisat pel doctor Guisti, expert en economia experimental, qui ha dut a terme diferents estudis (Guisti & Raya, 2019) i (Raya & Guisti, 2021).

d'un grup de control i un grup experimental. El grup de control registra els canvis en la variable dependent que no són causats per la variable independent i proporciona una estimació de quina quantitat de canvi en la variable dependent s'espera veure en el grup experimental, encara que la variable independent no tingui cap efecte directe sobre la variable dependent.

L'experiment constarà de quatre grups d'estudi, dos grups de control i dos grups experimentals. Aquestes parelles de grups tindran la mateixa estructura i contingut però exposats a diferents conjunts de preus de les peces de roba en les que dividir el pressupost; 12,5€ i 25€ per a uns, i 25€ i 50€ per als altres.

2 Figura: Exemple pregunta experiment

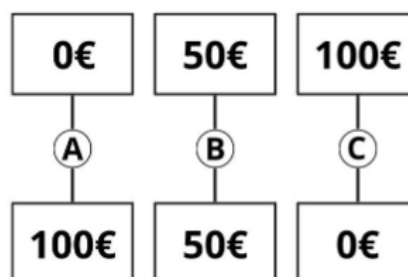
Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en \* compte les característiques esmentades sobre la **durabilitat** del producte?

**Peça de roba de Primark amb durabilitat d' 1 any en bones condicions.**

**1 producte = 12,5€**

**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**

**1 producte = 25€**



- A (Quatre peces amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- B (Quatre peces amb durabilitat d' 1 any de Primark i dues amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- C (Vuit peces amb durabilitat d' 1 any de Primark)

Font: Elaboració pròpia.

### 3 Figura: Exemple pregunta experiment

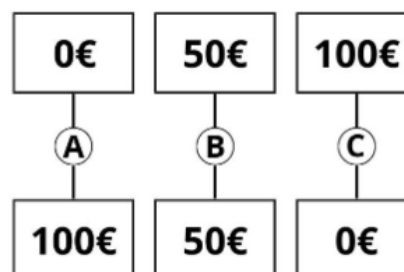
Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en \* compte les característiques esmentades sobre la **durabilitat** del producte?

**Peça de roba de Primark amb durabilitat d' 1 any en bones condicions.**

**1 producte = 25€**

**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**

**1 producte = 50€**



- A (Dues peces amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- B (Dues peces amb durabilitat d' 1 any de Primark i una amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- C (Quatre peces amb durabilitat d' 1 any de Primark)

Font: Elaboració pròpia.

La diferència entre aquests grups és que els de referència, en la primera part només estarà exposat a una ronda de distribució del pressupost en funció a una característica, la durabilitat, i amb lleus variacions quantitatives. En canvi, els grups experimentals seran subjectes a sis rondes com l'anterior esmentada, però amb totes les diferents característiques diferenciadores de la *slow* i la *fast-fashion*, i en aquests casos amb variacions numèriques més significatives.

Aquest experiment està dissenyat per donar resposta a les hipòtesis específiques 3 i 4, que fan referència respectivament a la superior elasticitat dels consumidors de *slow-fashion* i a la relació directa d'aquesta elasticitat amb hàbits sostenibles. També servirà per recolzar la validesa o rebuig de la hipòtesi general, sobre l'elasticitat de la indústria de la moda, que s'analitzaran principalment amb l'EPF.

La hipòtesi específica 3 serà contrastada amb la primera part de l'experiment, en la secció en què els individus estan exposats a distribuir un pressupost de 100€ entre un producte que engloba tots aquells atributs relacionats amb la moda ràpida, i aquell que inclou els de la moda lenta. Aquesta elasticitat és mesurada per les diferents respostes que aporten cadascun dels dos grups experimentals, ja que estan exposats a diferents preus per les peces de roba.

L'específica 4, en canvi, serà contestada amb la segona part de l'experiment, on es desenvolupen una sèrie de qüestions sociodemogràfiques i també sobre els hàbits de consum dels individus, que amb una escala *likert* amb adverbis de freqüència hauran de donar resposta als comportaments sostenibles particulars en el dia a dia; com per exemple, el consum de productes sostenibles, l'ús del transport públic, etc., i en conjunt amb les respostes que aquests donin a la primera part es podrà determinar la validesa d'aquesta hipòtesi.

Quant al suport de la hipòtesi específica 4 amb l'experiment, es farà amb els resultats de la comparativa entre els dos grups experimentals en vers als resultats de la primera part, ja que en cada ronda de preguntes també s'està avaluant la demanda per a diversos productes en diferents sectors de moda en general.

Les dades sobre elasticitat s'obtenen per la diferència entre les diferents disponibilitats a pagar entre aquells individus del primer grup experimental que estaran exposats a preus de 12,5€ i 25€, i el segon grup d'investigació que tindran uns preus de 25€ i 50€, tots dos amb el mateix pressupost de 100€.

Per tal de no deixar escapar cap altra característica que pugui influir en la disposició a pagar en aquests sectors, s'han inclòs altres preguntes en l'experiment, com ara la SVO i altres d'índole sociodemogràfica, com l'edat, el nivell màxim d'estudis dels progenitors o el grau que estan estudiant.

## 4.2 Anàlisi

Per a l'anàlisi de les dades secundàries, s'utilitzarà el programa estadístic Stata i es farà una anàlisi comparativa de les dades dels diferents sectors a investigar i es crearà una equació de regressió lineal. L'estimació d'aquest model en logaritmes permetrà obtenir elasticitat.

L'equació de regressió lineal és una eina matemàtica que s'usa per fer prediccions d'una variable dependent Y a partir d'una variable independent X. Aquesta predicció es realitza mitjançant l'ús d'una línia recta com a model, cosa que permet establir una relació matemàtica entre les dues variables. D'aquesta manera, l'equació de regressió lineal és una fórmula que permet estimar el valor de Y en funció del valor de X, a partir



d'una mostra de dades, que en el cas d'aquest estudi seran tant les secundàries de l'enquesta de pressuposts familiars, com les primàries que s'extreuen de l'experiment. Quan una regressió s'especifica en forma logarítmica (és a dir, estan especificades en logaritmes tant la variable dependent com la/les explicatives), els coeficients de la mateixa es poden interpretar com una elasticitat (Baños, R. V., Torrado-Fonseca, M., & Álvarez, M. R., 2019).

Ara bé, alternativament, també es pot estimar l'elasticitat utilitzant altres models més sofisticats com el Quadratic Almost Ideal Demand System (QUAIDS), que és una extensió d'un sistema de demanda gairebé ideal (un sistema de demanda complet) que Banks, Blundell & Lewbel (1997) van utilitzar per calcular l'elasticitat de demanda del consumidor. En aquest model es poden usar models de sistemes de demanda complets per descobrir les relacions que són complicades o impossibles de descobrir mitjançant models d'equació única.

El model QUAIDS es basa en una funció d'utilitat indirecta on la variable  $x$  és la despesa total i  $p$  és un vector de preus.

Pel que fa a l'anàlisi de l'experiment, amb les mateixes dades primàries que s'obtidran, se n'extrauran les variacions de la demanda davant les variacions de preus proposades en l'experiment, és a dir, les elasticitats.

3 Taula: Resum de la tècnica i l'anàlisi per a cada hipòtesi

Hipòtesi	Tècnica	Anàlisi
Hipòtesi específica 1: La demanda de la indústria de la moda és elàstica.	Dades secundàries: Enquesta de pressuposts familiars (EPF)	Equacions de demanda. Regressió lineal QUAIDS.
Hipòtesi específica 2: L'elasticitat renda de la indústria de la moda mostra que els productes de vestimenta són un bé de primera necessitat.	Dades secundàries: Enquesta de pressuposts familiars (EPF)	Regressió lineal QUAIDS
Hipòtesi específica 3: Els consumidors de moda	Experiment: subhasta experimental	Anàlisi comparativa de dades primàries.

<p><i>slow-fashion</i> són més elàstics que els consumidors de <i>fast-fashion</i>.</p>		<p>Variacions i elasticitats.</p>
<p>Hipòtesi específica 4: Els consumidors amb hàbits sostenibles són més elàstics als preus dels productes <i>slow-fashion</i> del sector de la moda.</p>	<p>Experiment: Qüestionari sociodemogràfic</p>	<p>Anàlisi comparativa de dades primàries. Variacions i elasticitats.</p>

Font: Elaboració pròpia.

## 5. Resultats

L'anàlisi de l'elasticitat de preus en el sector de la moda s'ha dut a terme, tal com s'ha esmentat anteriorment, mitjançant la combinació d'un experiment controlat i una anàlisi de l'Enquesta de Pressupostos Familiars de l'Institut Nacional d'Estadística (EPF, INE). Mitjançant aquestes dues metodologies s'explora com els consumidors reaccionen als canvis de preus.

### 5.1 Resultats EPF

Amb la finalitat de donar resposta a les hipòtesis específiques 1 i 2, que fan referència a l'estudi de l'elasticitat de la demanda de la moda, s'ha dut a terme una anàlisi de les microdades de l'EPF de l'INE.

#### 5.1.1 Hipòtesi específica 1

El desenvolupament d'aquesta recerca s'ha iniciat amb la unió dels fitxers de llar, que aporta aquelles dades de caràcter sociodemogràfic, i el de despesa, en el programa estadístic Stata.

L'EPF ens proporciona informació de preus per béns com la roba. Per cada llar s'ha calculat un preu a partir de la despesa proporcionada per l'EPF i el nombre de peces de roba mig que compra un espanyol a l'any<sup>2</sup>. Aquesta dada ha estat la variable dependent d'un model de regressió auxiliar a on com a variables explicatives s'han utilitzat els índexs de preus anteriorment mencionats; edat, gènere, renda, etc.

La predicció d'aquest model s'ha fet servir com preu a introduir en el model per calcular l'elasticitat.

Per tal d'obtenir un índex de preus i poder quantificar aquesta despesa, s'ha unit un tercer fitxer extret de les dades de l'IPC de l'any 2021, de l'INE. S'han emprat els índexs de preus de les categories de vestimenta i calçat per comunitat autònoma.

En el càlcul de l'elasticitat de preus, és comú utilitzar l'estimació de les despeses en logaritmes, ja que és una tècnica que permet reduir l'escala, normalitzar la distribució i facilitar la interpretació relativa de les despeses (Cornejo Tonnelier, M., 2020). En aplicar logaritmes a la fórmula de l'elasticitat de preus, es transforma la relació lineal en una relació logarítmica, d'aquesta forma millora la comprensió de la sensibilitat de la demanda davant canvis en el preu. Amb l'aplicació d'aquest model de regressió logarítmic s'han obtingut els següents resultats sobre l'elasticitat de preus en el sector de la vestimenta i el calçat en relació amb les variables esmentades.

4 Taula: Elasticitat de preus

Variable	Coefficient
Preu conjunt vestimenta i calçat (elasticitat)	-0,3145095 ***
Edat	-0,0056527 ***
Gènere	-0,0058690
Mida família	-0,0551414 ***
Renta (elasticitat)	0,2325995 **

---

<sup>2</sup> El número de la mitjana de peces de roba que un espanyol compra en un any s'ha extret de l'informe de Statista: "Hábitos de consumo y compra en España - Datos estadísticos", de 2023.

Control	CCAA (Comunitats autònomes)
---------	-----------------------------

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a l'elasticitat preu de la demanda de vestimenta i calçat el coeficient de  $-0,314$  indica que per cada augment de l'1% en el preu de la vestimenta, s'espera que la quantitat demandada disminueixi aproximadament un 0,314%. Això suggereix una relació inversa entre el preu de la vestimenta i la demanda: a mesura que el preu augmenta, la quantitat demandada tendeix a disminuir. Així i tot, com el valor absolut és inferior a 1, es considera que la demanda de vestimenta és inelàstica respecte al preu. L'edat per cada any en què augmenta l'edat del consumidor, disminueix la quantitat demanda en 0,005%, fet que apunta que a mesura que les persones envelleixen, és probable que redueixin la seva demanda de roba i calçat; i per la mida de la família, igual que en el cas anterior, per cada persona més a la família, a mesura que la família augmenta, la despesa disminueix en un 0,055%, també succeeix el mateix per la variable gènere, però aquesta no és significativa tal com es comentarà posteriorment. A més, aquestes dades es veuen reforçades, ja que tots els valors de les variables presentades són altament significatius, en el cas del preu, l'edat i la mesura de la família. Això vol dir que hi ha una relació estadísticament significativa entre les variables analitzades i la variable dependent. Aquests resultats reforcen la importància i la influència de les variables en l'anàlisi i suggereixen que tenen un efecte significatiu en els resultats observats. És molt similar en el cas de la renda que, tot i que la relació és positiva, la seva significança estadística és lleugerament més baixa.

En el cas de la renda, el valor estimat implica que la roba és un bé normal, ja que l'elasticitat renda és positiva, però inferior a 1, tal com es comentarà a l'anàlisi de la següent hipòtesi.

Contràriament, no s'ha trobat una relació estadísticament significativa entre el gènere i la demanda de vestimenta i calçat en funció del preu, el que implica que aquesta variable no té un impacte significatiu en l'elasticitat preu de la demanda d'aquests productes.

Així amb aquestes conclusions, es rebutja la hipòtesi específica 1, referent al fet que la demanda de la indústria de la moda és elàstica, reflectint aquesta inelasticitat amb un coeficient absolut de 0.314, inferior a 1. Aquest resultat concorda amb el tipus

d'inelasticitat dels productes de luxe, segons Godart & Seong (2015), i difereix de l'elasticitat dels productes de moda ràpida, tal com relaten Fernandes & Tang (2020).

### 5.1.2 Hipòtesi específica 2

La segona hipòtesi específica sobre que l'elasticitat renda de la indústria de la moda mostra que els productes de vestimenta són un bé de primera necessitat, també es pot testar amb l'anterior taula amb els coeficients d'elasticitat obtinguts

La variable renda; amb un coeficient de 0.232 indica que per cada augment de l'1% en la renda, s'espera que la quantitat demandada augmenti aproximadament un 0,232%. Això suggereix una relació directa entre la renda i la demanda de vestimenta i calçat; el coeficient positiu suggereix que a mesura que la renda augmenta, la quantitat demandada d'aquests productes també tendeix a augmentar. Aquesta dada també assenyala que, com el valor és inferior a 1, la demanda de vestimenta i calçat és inelàstica respecte a la renda. Aquests productes afectats per la variable renda, són considerats com a béns normals, ja que l'elasticitat renda és superior a 0, i quan augmenta la renda, també ho fa la despesa, però menys del que seria proporcional, i dins d'aquesta classificació com a un bé de primera necessitat, ja que aquest valor és menor a 1. Així amb aquests resultats i anàlisi es confirma la hipòtesi específica 2.

## 5.2 Resultats experiment

Pel que fa a l'experiment, s'ha dut a terme per donar resposta a les hipòtesis específiques 3 i 4, que afirmen que els consumidors de moda *slow-fashion* són més elàstics que els consumidors de *fast-fashion* i que els consumidors amb hàbits sostenibles són més elàstics als preus dels productes *slow-fashion* del sector de la moda, respectivament.

S'han obtingut un total de 318 observacions d'estudiants del TecnoCampus. D'aquest total el 52% han estat de gènere femení i el 48% restant masculí. La mitjana d'edat dels participants ha sigut de 20,42 anys i respecte al grau que cursen, el 40% estudien màrqueting i comunitats digitals, el 42% el doble grau en administració d'empreses i màrqueting i comunitats digitals i el 18% restant logística i negocis marítims.

### 5.2.1 Hipòtesi específica 3

Per tal de provar la hipòtesi específica 3, s'han emprat les respostes a la pregunta: "Si tens un pressupost màxim de 100 €, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?". Aquesta qüestió l'han respost 4 grups diferents; dos exposats a dues marques de *fast-fashion*, Primark i H&M, i els dos altres grups restants a una marca *fast-fashion*, Primark, i una *slow-fashion*, Ecoalf. Cada parella de grups també han experimentat preus diferents, uns amb peces amb preus de 12,5 € i 25 € i els altres a 25 € i 50 €. Així, amb una taula de freqüències s'han analitzat aquestes diferents elasticitats, i per tant es pot mesurar l'efecte de canvis de preus per productes de *fast* i *slow-fashion*.

5 Taula: Freqüències elecció opció peces amb millors qualitats

Grup i característiques	Percentatge de freqüència
Grup 1 – Primark i H&M – 12,5€ i 25€	46,05%
Grup 2 – Primark i H&M – 25€ i 50€	65,75%
Grup 3 – Primark i Ecoalf – 12,5€ i 25€	52%
Grup 4 – Primark i Ecoalf – 25€ i 50€	42,55%

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa als grups de dues marques *fast-fashion*, els que han estat exposats a la parella de preus baixos, el 46,05% han escollit el conjunt de productes amb millors qualitats i menys productes i dels que han vist els preus més alts de 25 € i 50 €, també han escollit aquesta opció de peces el 65,75%. És a dir, en augmentar el preu dels productes, també ha augmentat la demanda d'aquests en 19,7 punts percentuals.

En canvi, per una altra banda, aquells grups que han experimentat una marca *fast-fashion* i una altra *slow*, aquells que han participat amb els preus de 12,5 € i 25 €, han escollit aquella mateixa opció de productes amb millors qualitats i menys quantitat un 52% dels participants. Per una altra banda, els que tenien la parella de preus alts, el percentatge de persones que han escollit aquella opció ha estat d'un 42,55%; és a dir, quan augmenta el preu, disminueix la demanda d'aquestes peces de roba en 9,45 punts percentuals. Per tant, en augmentar el preu, els consumidors de *slow-fashion* són més sensibles al preu, i en conseqüència més elàstics.

Així, es pot concloure, confirmant la hipòtesi específica 3, que els consumidors de moda *slow-fashion* són més elàstics que els de *fast-fashion*.

Amb la finalitat de confirmar o rebutjar aquesta hipòtesi de forma més segura, s'ha creat una anàlisi test-t amb aquestes dades, fent un contrast de diferència de mitjanes.

6 Taula: Freqüència escollir marca amb preus més elevats

<b>Grup amb dues marques <i>fast-fashion</i>.</b>	<b>Grup amb una marca <i>fast-fashion</i> i una altra <i>slow-fashion</i>.</b>	<b>Diferència</b>
<b>% Escollir marca amb preu més elevat (<i>fast-fashion</i>).</b>	<b>% Escollir marca amb preu més elevat (<i>slow-fashion</i>).</b>	
65,75%	42,55%	23,20% **

Font: Elaboració pròpia

La mitjana del grup exposat a dues marques *fast-fashion* amb diferents preus és de 65,75%, el que indica que aproximadament aquest percentatge de les persones d'aquest grup trien la marca amb un preu més elevat. D'altra banda, la mitjana del grup de persones exposades a una marca *fast-fashion* i una altra *slow-fashion* és de 0,4255319, fet que significa que al voltant del 42,55% de les persones d'aquest grup trien la marca més cara (*slow-fashion*).

La diferència entre les dues mitjanes és del 23,20%, amb un interval de confiança del 95% que va des de 0,081 fins a 0,382. Això suggereix que hi ha una diferència significativa en la proporció de persones que trien marques cares entre tots dos grups.

El valor de significació obtingut també assenyala que la diferència observada entre els grups és estadísticament significativa, i hi ha una alta probabilitat que aquesta diferència no sigui aleatòria o causada per altres variables.

Així, el grup que ha escollit l'opció amb preus més alts apunta que són menys sensibles als preus i, per tant, són més elàstics. Doncs, tenint en compte les dades assenyalades anteriorment, les persones que són més elàstiques als preus són aquells del grup de moda lenta.

Per tant, tal com s'ha esmentat anteriorment, es corrobora el rebuig de la hipòtesi específica 3, ja que els consumidors més elàstics són els consumidors de moda lenta.

### 5.2.2 Hipòtesi específica 4

D'altra manera, per tal de provar la hipòtesi específica 4, s'ha utilitzat la pregunta: "Amb quina freqüència fas consum de productes ecològics com a hàbit sostenible?". Aquesta qüestió ha sigut resposta també pels mateixos 4 grups mencionats abans, però per provar proposició només s'han usat les respostes dels grups exposats a una marca *fast-fashion* i una *slow-fashion*, ja que el que es vol provar és sobre l'elasticitat en el tipus de productes de moda lenta. Aquests dos grups també s'han diferenciat en dos; en aquells que tenen hàbits sostenibles molt freqüentment i freqüentment, i els que rarament o mai. Amb aquesta informació s'ha creat una taula comparativa de freqüències per tal d'estimar les diferents elasticitats.

7 Taula: Freqüència elecció opció *slow-fashion* segons hàbits sostenibles

Grup i característiques	Percentatge de freqüència
Grup 3 – Primark i Ecoalf – 12,5€ i 25€ - hàbits sostenibles	76%
Grup 4 – Primark i Ecoalf – 25€ i 50€ - hàbits sostenibles	70,83%
Grup 3 – Primark i Ecoalf – 12,5€ i 25€ - no hàbits sostenibles	36,36%
Grup 4 – Primark i Ecoalf – 25€ i 50€ - no hàbits sostenibles	19,23%

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa al grup de persones que tenen hàbits sostenibles, dels participants exposats a preus de 12,5€ i 25€, el 76% han escollit aquella opció amb el conjunt de productes de moda lenta, i d'aquells exposats als preus més elevats de 25€ i 50€, l'han escollit el 70,83%. Aquestes xifres comporten una diferència de 5,17 punts percentuals. Això indica que els consumidors són relativament inelàstics quant a la seva resposta davant canvis en el preu, és a dir, són menys sensibles a les variacions de preu, ja que tot i que el preu s'incrementa en un 100%, aquests consumidors mantenen una demanda estable i no redueixen significativament la quantitat adquirida del producte o servei. Aquest fet suggereix que aquests consumidors valoren més altres aspectes del



producte, com la seva sostenibilitat, qualitat o beneficis addicionals, per sobre del factor preu en realitzar les seves compres.

Per una altra banda, del conjunt de persones que no tenen uns hàbits sostenibles, el 36,36% de les persones amb preus baixos han escollit l'opció de productes *slow-fashion*, en canvi, dels participants exposats als preus de 25 € i 50 €, han seleccionat aquest conjunt de productes de moda lenta el 19,23%. Aquestes dades donen una diferència de 17,13 punts percentuals, és a dir, una elasticitat del 0,1713. Aquesta xifra mostra que els consumidors són més elàstics, més sensibles, en la seva resposta davant canvis en el preu, ja que tal com en el cas anterior, amb un augment del 100% en el preu, en aquest cas s'esperaria una disminució més significativa en la demanda de productes de moda lenta. En aquest tipus de consumidors, el factor econòmic té un impacte considerable en les seves decisions de compra. Són més propensos a ajustar la seva demanda en resposta a canvis de preus, i a no tenir tant en compte les característiques del producte.

Amb aquest conjunt de dades es pot concloure, rebutjant la hipòtesi específica 4, que els consumidors amb hàbits sostenibles són relativament inelàstics, mentre que els consumidors sense hàbits sostenibles són més elàstics respecte a l'augment en els preus.

Cal destacar que d'aquells participants que tenen uns hàbits sostenibles freqüentment o molt freqüentment, cap d'ells ha escollit en la distribució de pressupost l'opció que contingui productes considerats com a *fast-fashion* i que l'elecció de productes *slow-fashion* és molt superior en aquest grup de persones, ja que han escollit l'opció de moda lenta un 76 i 70,83%, comparativament amb els participants sense hàbits sostenibles, escollint aquests productes només el 36,36 i el 19,23%.

## 6. Conclusions

L'objectiu d'aquesta investigació ha estat estudiar l'elasticitat de demanda del sector de la moda en termes generals, comparant els sectors actual i emergent en el sector de la moda com són la *fast* i la *slow* fashion, respectivament.

L'estudi sobre l'elasticitat de preus ha obtingut resultats significatius i rellevants. A través de l'anàlisi de l'Enquesta de Pressupostos Familiars (EPF) i un experiment controlat, s'han aconseguit conclusions sobre com els consumidors reaccionen als canvis de preus en aquest sector.

Sobre l'elasticitat de preus en el sector de la moda, s'ha observat que l'augment del preu de la roba està relacionat amb una disminució de la quantitat demandada, fet que indica una relació inversa entre el preu i la demanda.

Aquests resultats són coherents amb la inelasticitat característica dels productes de luxe, segons l'estudi de Godart & Seong (2015), i difereixen de l'elasticitat considerada en els productes de moda ràpida, tal com ho descriuen Fernandes & Tang (2020).

Amb aquest estudi també s'ha confirmat que a mesura que augmenta la renda, també ho fa la despesa en el tipus de productes de vestimenta, i en funció als coeficients d'elasticitat obtinguts sobre aquesta variable s'ha determinat que és un bé normal i de primera necessitat.

A més, es va identificar que l'edat i la grandària de la família també influeixen en la demanda de productes de moda. A mesura que les persones envelleixen i la grandària de la família augmenta, és probable que redueixin la seva demanda de roba i calçat.

Aquestes dades estan alineades amb les dels estudis de Manchiraju i Sadachar (2014), i Zhang i Kim (2013), que l'edat i els ingressos són dues variables que impacten la demanda de la moda i alteren els comportaments i preferències de compra dels consumidors.

En segon lloc, es va poder observar una diferència significativa entre els consumidors de moda *fast-fashion* i *slow-fashion* en termes d'elasticitat de preus. Els consumidors de *slow-fashion* van mostrar una major elasticitat, és a dir, van ser més sensibles als canvis de preus, mentre que els consumidors de *fast-fashion* es van mantenir més estables en la seva demanda, independentment dels canvis de preus.

Tot i no haver trobat literatura que quantifiqués l'elasticitat de preus en el sector de la moda lenta, Štefko & Steffek (2018) van intuir a la seva recerca que la *slow-fashion* apuntava a ser relativament inelàstica; afirmació que difereix amb els resultats obtinguts en aquesta recerca.

Finalment, es va trobar una relació interessant entre els hàbits sostenibles i l'elasticitat de preus en el sector de la moda. Els consumidors amb hàbits sostenibles van ser més elàstics als preus dels productes de moda *slow-fashion*, la qual cosa indica que estan disposats a pagar preus més alts per productes amb millors característiques sostenibles.

El fet de tenir hàbits sostenibles pot estar lligat amb els valors personals de cada individu, així els resultats obtinguts estarien alineats amb els de la recerca de Manchiraju & Sadachar (2014), on afirmaven que aquesta variable és significativa en la demanda de la roba, i que aquests tendeixen a comprar roba feta amb materials sostenibles o feta amb pràctiques laborals justes.

Partint d'aquest estudi i les conclusions extretes, el sector de la moda i les empreses involucrades podrien adoptar algunes recomanacions com per exemple, que és fonamental que les empreses de moda compreguin les diferències entre els consumidors de *fast-fashion* i *slow-fashion* i segmentin el seu mercat en conseqüència. Els consumidors de moda ràpida acostumen a ser menys sensibles als canvis de preus en comparació als de moda lenta, per tant, per aquests darrers s'hauria de començar a aplicar noves estratègies de preus, com majors descomptes; aquest fet ajudaria a captar i retenir als clients adequats en cada segment. Aquestes estratègies de preus i segmentació també s'hauran d'aplicar en funció a la renda, ja que aquesta variable afecta de manera directa al consum d'aquest tipus de productes.

També destacar la sostenibilitat com un factor diferencial pot generar un impacte positiu en la demanda. Cada vegada més consumidors estan preocupats per l'impacte ambiental de la indústria de la moda i busquen opcions sostenibles. Les empreses que adoptin pràctiques sostenibles com utilitzar materials reciclats o orgànics, poden atreure a consumidors compromesos amb la sostenibilitat. Aquests consumidors estan disposats a pagar preus més alts per productes que s'alineïn amb els seus valors i principis. En aquest cas es podria aplicar la tècnica de discriminació de preus,

localitzant aquests consumidors que tenen hàbits sostenibles integrats en el seu dia a dia, i com són més inelàstics, se'ls podria aplicar uns preus superiors.

Finalment, seria essencial adaptar-se als hàbits de consum sostenibles dels consumidors. L'estudi va revelar que els consumidors amb hàbits sostenibles són més elàstics als preus dels productes *slow-fashion*. Això indica que estan disposats a pagar preus més alts per productes que compleixen amb criteris de sostenibilitat. Això es podria aconseguir desenvolupant estratègies de comunicació per a ressaltar els aspectes sostenibles dels seus productes i educar als consumidors sobre els beneficis que aporten. Això ajudarà a crear una major consciència i demanda de productes sostenibles en el mercat.

Pel que fa a les limitacions que han aparegut a l'hora de desenvolupar el treball d'investigació, es pot destacar l'aspecte de la dificultat per obtenir un preu mitjà dels productes per aplicar a l'enquesta de pressupostos familiars, que, finalment s'ha hagut d'extreure aplicant el mètode d'equacions logarítmiques i també, a fer esment que s'han obtingut 318 respostes a l'experiment, ja que s'ha trobat limitació d'alineació d'horaris amb més cursos i graus.

Per a futures investigacions, alguns dels temes que podrien desenvolupar arran d'aquesta investigació seria estudiar l'estratègia de fixació de preus del sector *fast-fashion* o *slow-fashion*, estudiar la justificació dels sobrepreus dels productes de moda lenta, trobar quina discriminació de preus seria més adient per a cada segment de *slow-fashion* i desenvolupar un experiment per testar-ho.

## 7. Referències

- Acotex. (2022, 20 mayo). El gasto familiar en ropa se desplomó en 2021 y deja de ser una prioridad. RTVE.es. <https://www.rtve.es/noticias/20220519/gasto-ropa-cae-calzado-textil/2350004.shtml>
- Ayman, U., & Kaya, A. K. (2014). Consumption of branded fashion apparel: Gender differences in behavior. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 42(1), 1S-8S.
- Banks, J., Blundell, R., & Lewbel, A. (1997). Quadratic Engel curves and consumer demand. *Review of Economics and statistics*, 79(4), 527-539.
- Baños, R. V., Torrado-Fonseca, M., & Álvarez, M. R. (2019). Análisis de regresión lineal múltiple con SPSS: un ejemplo práctico. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1-10.
- Bañuelos, B. E. 1993. Estudio de la Elasticidad y sus Aplicaciones al Campo del Comercio Internacional.
- Brewer, M. K. (2019). *Slow fashion in a fast fashion world: Promoting sustainability and responsibility*. *Laws*, 8(4), 24.
- Brooks, A., Fletcher, K., Francis, R. A., Rigby, E. D., & Roberts, T. (2017). Fashion, sustainability, and the anthropocene. *Utopian Studies*, 28(3), 482-504.
- Castro-López, A., Iglesias, V., & Puente, J. (2021). *Slow fashion trends: are consumers willing to change their shopping behavior to become more sustainable?*. *Sustainability*, 13(24), 13858.
- Choi, T. M. (2007). Pre-season stocking and pricing decisions for fashion retailers with multiple information updating. *International journal of production economics*, 106(1), 146-170.
- Cornejo Tonnelier, M. (2020). Modelización de los determinantes de los precios de las commodities.
- Distribución porcentual de los activos por sector económico, comunidad autónoma y sexo. (2020). [Conjunto de datos]. En Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=3986&L=0>
- Domingos, M., Vale, V. T., & Faria, S. (2022). *Slow fashion consumer behavior: A literature review*. *Sustainability*, 14(5), 2860.
- Fadiga, M. L., Misra, S. K., & Ramirez, O. A. (2005). US consumer purchasing decisions and demand for apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.

- Fernandes, A., & Tang, H. (2020). *Fast Fashion: Theory and Evidence from Portuguese Textile and Clothing Firms*.
- Fisher, M., Gallino, S., & Li, J. (2018). Competition-based dynamic pricing in online retailing: A methodology validated with field experiments. *Management science*, 64(6), 2496-2514.
- Gardes, F. (2019). The estimation of price elasticities and the value of time in a domestic production framework: an application using French micro-data. *Annals of Economics and Statistics*, 13(5), 89-120.
- Gazzola, P., Pavione, E., Pezzetti, R., & Grechi, D. (2020). Trends in the fashion industry. The perception of sustainability and circular economy: A gender/generation quantitative approach. *Sustainability*, 12(7), 2809.
- Generalitat de Catalunya. (2022). Informe de consum. Evolució trimestral de productes de moda. En Modacc. <https://www.modacc.cat/noticies/el-consum-de-moda-sapropara-aquest-any-al-nivell-precovid-segons-lestudi-de-kantar-per-modacc/>
- Ghodsi, M., Grübler, J., & Stehrer, R. (2016). Import demand elasticities revisited (No. 132). wiiw Working Paper.
- Gostkowski, M. (2018). Elasticity of consumer demand: estimation using a quadratic almost ideal demand system. *Econometrics. Ekonometria. Advances in Applied Data Analytics*, 22(1), 68-78.
- Greener Shopper Report Release. (2022). Sensormatic. Recuperado 14 de diciembre de 2022, de [https://www.sensormatic.com/es\\_es/resources/pr/2022/greener-shopper-report-release](https://www.sensormatic.com/es_es/resources/pr/2022/greener-shopper-report-release)
- Jimeno, G. (2022, 12 mayo). Inversiones de 15.000 millones de euros para reindustrializar el sector textil. *Economia3*. <https://economia3.com/2022/05/03/477918-inversiones-de-15000-millones-de-euros-para-reindustrializar-el-sector-textil/>
- Jung, S., & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of *slow* fashion: sustainable future of the apparel industry. *International journal of consumer studies*, 38(5), 510-519.
- Jung, S., & Jin, B. (2016). Sustainable development of *slow* fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability*, 8(6), 540.
- Kalla, R., Murikinjeri, S., Abbaiah, R., & Samanthapudi, V. R. (2017). Price elasticity model for fashion products. *Global Journal of Pure and Applied Mathematics*, 13(7), 3727-3737.

- Kral, P., Janoskova, K., Lazaroiu, G., & Suler, P. (2020). Impact of selected socio-demographic characteristics on branded product preference in consumer markets. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(4), 570-586.
- Kumar, S., & Yadav, R. (2021). The impact of shopping motivation on sustainable consumption: A study in the context of green apparel. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126239.
- Lee, H. L. (2002). Aligning supply chain strategies with product uncertainties. *California management review*, 44(3), 105-119.
- Loureiro, S. M. C., Costa, I., & Panchapakesan, P. (2017). A passion for fashion: The impact of social influence, vanity and exhibitionism on consumer behaviour. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(5), 468-484.
- Manchiraju, S., & Sadachar, A. (2014). Personal values and ethical fashion consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(3), 357-374.
- Mantrala, M. K., & Rao, S. (2001). A decision-support system that helps retailers decide order quantities and markdowns for fashion goods. *Interfaces*, 31(3\_supplement), S146-S165.
- Marshall, A. (1890). "Some aspects of competition." The address of the president of section F--Economic Science and Statistics--of the British Association, at the Sixtieth Meeting, held at Leeds, in September, 1890. *Journal of the Royal Statistical Society*, 53(4), 612-643.
- Martínez Barreiro, A. (2008). *La moda rápida: última transformación del sistema de la moda*. Universidad Nova de Lisboa.
- Martinez, L. M. C., Bauza, M. B., Poveda, A., Ferrer, D., & Fresquet, E. (2012). Disposicion a pagar por tomates mejorados genéticamente. Aplicacion de una subasta experimental. *Revista Espanola de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, (233), 1-28.
- Mason, M. C., Pauluzzo, R., & Umar, R. M. (2022). Recycling habits and environmental responses to *fast-fashion* consumption: Enhancing the theory of planned behavior to predict Generation Y consumers' purchase decisions. *Waste Management*, 139, 146-157.
- Miranda-Buetas, S., & Gracia-Raluy, E. (2019). Análisis de los Patrones de Demanda en el Sector Textil Español.
- Molina, L. (2018, 1 agosto). La industria de la moda supera las 20.000 empresas en 2017. *Modaes*. <https://www.modaes.com/entorno/la-industria-espanola-de-la-moda-supera-las-20000-empresas-por-primera-vez-desde-2011>

- Mostard, J., Teunter, R., & De Koster, R. (2011). Forecasting demand for single-period products: A case study in the apparel industry. *European Journal of Operational Research*, 211(1), 139-147.
- Murphy, R. O., Ackermann, K. A., & Handgraaf, M. J. (2011). Measuring social value orientation. *Judgment and Decision making*, 6(8), 771-781.
- Nicholson, W. (2005). *Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones: principios básicos y ampliaciones*. Ediciones Paraninfo, SA.
- Noussair, C., Robin, S., & Ruffieux, B. (2004). A comparison of hedonic rating and demand-revealing auctions. *Food quality and preference*, 15(4), 393-402.
- Redacción, L. (2022, 9 septiembre). Zara, Primark y Vinted són los comercios más elegidos por los españoles para adquirir moda. *Periódico de publicidad, comunicación comercial y marketing*. <https://lapublicidad.net/zara-primark-y-vinted-son-los-comercios-mas-elegidos-por-los-espanoles-para-adquirir-moda/>.
- Rocha, M. A. V., Hammond, L., & Hawkins, D. (2005). Age, gender and national factors in fashion consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 9(4), 380-390.
- Seong, S., & Godart, F. C. (2015). Dancing with Names: The Dynamics of Perceptual Creativity in Diversification. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2015, No. 1, p. 11917). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Shen, B., Wang, Y., Lo, C. K., & Shum, M. (2012). The impact of ethical fashion on consumer purchase behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(2), 234-245.
- Štefko, R., & Steffek, V. (2018). Key issues in *slow* fashion: Current challenges and future perspectives. *Sustainability*, 10(7), 2270.
- Sull, D., & Turconi, S. (2008). *Fast* fashion lessons. *Business Strategy Review*, 19(2), 4-11.
- Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020). A review of experiments in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research*, 80, 102858.
- Yuh, Y., & Yang, S. J. (2001). Differences in consumption patterns of various household types. *Journal of Consumer Studies*, 12(4), 65-81.
- Zhang, B., & Kim, J. H. (2013). Luxury fashion consumption in China: Factors affecting attitude and purchase intent. *Journal of retailing and consumer services*, 20(1), 68-79.



## 8. Annexos

### 8.1 Extracció dada preu

Variable	Coefficient
Preu vestimenta (elasticitat)	-0,4030585 ***
Preu calçat (elasticitat)	1,5480680 ***
Preu conjunt vestimenta i calçat (elasticitat)	-0,3145095 ***
Estat	-1,1322951 ***
Gènere	-0,4856932 ***
Mida família	-1,6435065 ***
Renta (elasticitat)	0,9914718 ***
Control	CCAA (Comunitats autònomes)

### 8.2 Enunciat experiment grup de control 1

## Experiment

Hola! Soc una estudiant d'administració d'empreses i màrqueting, i estic fent un experiment per als treballs de fi de grau. Soc conscient de com és de valuós el teu temps, per això aquest experiment serà breu. Gràcies per cada segon invertit en la meua investigació!

\* Indica que la pregunta es obligatoria

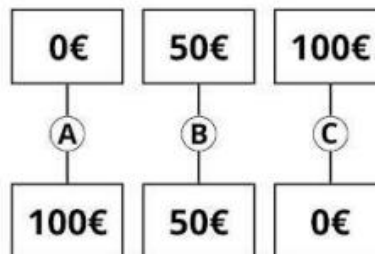
1. Quin preu estàs disposat a pagar habitualment per una samarreta? \*

Marca solo un óvalo.

- 0€ - 9,99€
- 10€ - 19,99€
- 20€ - 29,99€
- 30€ - 39,99€
- 40€ - 49,99€
- 50€ o més

2. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries <sup>\*</sup> tenint en compte les característiques esmentades?

**Peça de roba de polièster de Primark.**  
La durabilitat del producte en bones condicions és d' 1 any.  
1 producte = 12,5€



**Peça de roba de cotó d' H&M.**  
La durabilitat del producte en bones condicions és de 3 anys.  
1 producte = 25€

\*El polièster és un material sintètic no biodegradable, el que significa que no es degrada fàcilment a la natura i pot romandre al medi ambient durant segles. A més, la producció de polièster requereix energia i recursos fòssils no renovables, i pot generar emissions de gasos amb efecte d'hivernacle i altres contaminants.

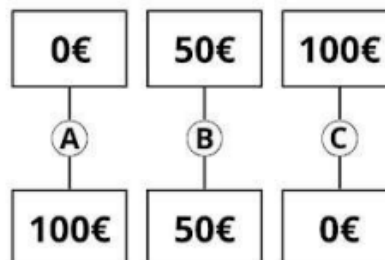
\*El cotó convencional és un material que pot requerir grans quantitats d'aigua i pesticides, cosa que pot tenir un impacte negatiu al medi ambient i a la salut dels treballadors agrícoles. A més, sovint es cultiva en monocultius que poden danyar la biodiversitat i el sòl.

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces de cotó d' H&M)
- B (Quatre peces de polièster de Primark i dues de cotó d'H&M)
- C (Vuit peces de polièster de Primark)

3. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?

**Peça de roba de Primark de material contaminant (polièster), amb durabilitat d' 1 any, amb un disseny en tendència, d' origen estranger (Bangladesh) i amb unes condicions laborals dels treballadors desfavorables.**  
1 producte = 12,5€



**Peça de roba d' H&M de material sostenible (cotó orgànic), amb durabilitat de 5 anys, amb un disseny atemporal, d' origen local (Espanya) i amb unes condicions laborals dels treballadors favorables.**  
1 producte = 25€

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces d'H&M)
- B (Quatre peces de Primark i dues d'H&M)
- C (Vuit peces de Primark)

4. En aquesta pregunta t'han emparellat aleatòriament amb una altra persona, a la qual <sup>\*</sup> ens referirem com l'altra. Aquesta altra persona és algú que no coneixes i es mantindrà anònim. Si hi ha 150€ per repartir, si us plau, indica la distribució que prefereixes.

La teva elecció influirà tant en la quantitat de diners que reps com en la quantitat de diners que rep l'altra persona.

Tu reps:	100€	94€	88€	81€	75€	69€	63€	56€	50€
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
L' altra rep:	50€	56€	63€	69€	75€	81€	88€	94€	100€

Marca solo un óvalo.

- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G
- H
- I

#### Dades demogràfiques

5. Indica el teu gènere <sup>\*</sup>

Marca solo un óvalo.

- Femení
- Masculí
- Prefereixo no especificar

6. Indica la teva edat <sup>\*</sup>

---

7. Indica el grau que estàs cursant \*

Marca solo un óvalo.

- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, docència en anglès
- Grau en Turisme i Gestió de l'Oci
- Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals
- Grau en Logística i Negocis Marítims
- Doble titulació Grau en Turisme i Gestió de l'Oci/Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Doble titulació Grau en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

8. Quin és el nivell d'educació més alt que han completat els teus progenitors? \*  
(Seleccionar el més alt d' entre ells)

Marca solo un óvalo.

- Educació primària
- Educació secundària
- Educació tècnica o professional
- Educació universitària
- Educació postuniversitària

9. Amb quina freqüència fas consum de productes ecològics com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment
- Freqüentment
- Ocasionalment
- Rarament
- Mai

10. Amb quina freqüència fas ús del transport públic com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

11. Amb quina freqüència redueixes el consum de recursos (aigua, calefacció...) com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

12. Quin grau consideres que tens de consciència social? \*

Marca solo un óvalo.

Res / Molt poca (consciència social)

- 1   
2   
3   
4   
5

Molta (consciència social)

Gràcies per la teva col·laboració. Les teves respostes han estat de gran ajuda per la meva recerca!

### 8.3 Enunciat experiment grup de control 2

## Experiment

Hola! Soc una estudiant d'administració d'empreses i màrqueting, i estic fent un experiment per als treballs de fi de grau. Soc conscient de com és de valuós el teu temps, per això aquest experiment serà breu. Gràcies per cada segon invertit en la meva investigació!

*\* Indica que la pregunta es obligatoria*

---

1. Quin preu estàs disposat a pagar habitualment per una samarreta? \*

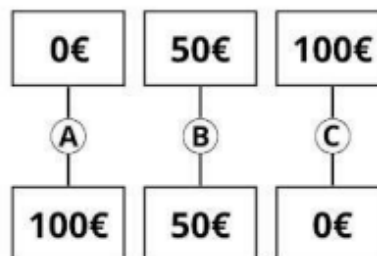
*Marca solo un óvalo.*

- 0€ - 9,99€
- 10€ - 19,99€
- 20€ - 29,99€
- 30€ - 39,99€
- 40€ - 49,99€
- 50€ o més

2. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades?

**Peça de roba de polièster de Primark.**  
La durabilitat del producte en bones condicions és d' 1 any.  
1 producte = 25€

**Peça de roba de cotó d' H&M.**  
La durabilitat del producte en bones condicions és de 3 anys.  
1 producte = 50€



\*El polièster és un material tèxtil sintètic que s'utilitza àmpliament a la indústria de la moda a causa de la seva resistència a les arrugues i facilitat de cura. És una fibra sintètica produïda a partir de polímers de petroli. És no biodegradable, el que significa que pot romandre al medi ambient durant segles.

\*El cotó és una fibra tèxtil natural suau i transpirable que s'utilitza àmpliament en la fabricació de roba i tèxtils a causa del confort i la durabilitat. És un material que pot requerir grans quantitats d'aigua i pesticides, cosa que pot tenir un impacte negatiu al medi ambient i a la salut dels treballadors agrícoles.

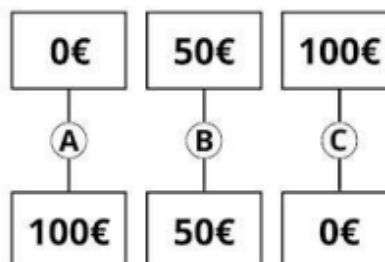
Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces de cotó d' H&M)
- B (Dues peces de polièster de Primark i una de cotó d'H&M)
- C (Quatre peces de polièster de Primark)

3. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?

**Peça de roba de Primark de material contaminant (polièster), amb durabilitat d' 1 any, amb un disseny en tendència, d' origen estranger (Bangladesh) i amb unes condicions laborals dels treballadors desfavorables.**  
1 producte = 25€

**Peça de roba d' H&M de material sostenible (cotó orgànic), amb durabilitat de 5 anys, amb un disseny atemporal, d' origen local (Espanya) i amb unes condicions laborals dels treballadors favorables.**  
1 producte = 50€



Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces d'Ecoalf)
- B (Dues peces de Primark i una d'Ecoalf)
- C (Quatre peces de Primark)

4. En aquesta pregunta t'han emparellat aleatòriament amb una altra persona, a la qual **ens referirem com l'altra**. Aquesta altra persona és algú que no coneixes i es mantindrà anònim. Si hi ha 150€ per repartir, si us plau, indica la distribució que prefereixes.

La teva elecció influirà tant en la quantitat de diners que reps com en la quantitat de diners que rep l'altra persona.

Tu reps:	100€	94€	88€	81€	75€	69€	63€	56€	50€
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
L'altra rep:	50€	56€	63€	69€	75€	81€	88€	94€	100€

Marca solo un óvalo.

- A  
 B  
 C  
 D  
 E  
 F  
 G  
 H  
 I

Dades demogràfiques

5. Indica el teu gènere \*

Marca solo un óvalo.

- Femení  
 Masculí  
 Prefereixo no especificar

6. Indica la teva edat \*

\_\_\_\_\_



7. Indica el grau que estàs cursant \*

Marca solo un óvalo.

- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, docència en anglès
- Grau en Turisme i Gestió de l'Oci
- Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals
- Grau en Logística i Negocis Marítims
- Doble titulació Grau en Turisme i Gestió de l'Oci/Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Doble titulació Grau en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

8. Quin és el nivell d'educació més alt que han completat els teus progenitors? \*  
(Seleccionar el més alt d' entre ells)

Marca solo un óvalo.

- Educació primària
- Educació secundària
- Educació tècnica o professional
- Educació universitària
- Educació postuniversitària

9. Amb quina freqüència fas consum de productes ecològics com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment
- Freqüentment
- Ocasionalment
- Rarament
- Mai

10. Amb quina freqüència fas ús del transport públic com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

11. Amb quina freqüència redueixes el consum de recursos (aigua, calefacció...) com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

12. Quin grau consideres que tens de consciència social? \*

Marca solo un óvalo.

Res / Molt poca (consciència social)

1

2

3

4

5

Molta (consciència social)

Gràcies per la teva col·laboració. Les teves respostes han estat de gran ajuda per la meva recerca!

## 8.4 Enunciat experiment grup experimental 1

### Experiment

Hola! Soc una estudiant d'administració d'empreses i màrqueting, i estic fent un experiment per als treballs de fi de grau. Soc conscient de com és de valuós el teu temps, per això aquest experiment serà breu. Gràcies per cada segon invertit en la meva investigació!

\* Indica que la pregunta es obligatoria

---

1. Quin preu estàs disposat a pagar habitualment per una samarreta? \*

Marca solo un óvalo.

- 0€ - 9,99€
- 10€ - 19,99€
- 20€ - 29,99€
- 30€ - 39,99€
- 40€ - 49,99€
- 50€ o més

2. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre el **material** de producció?

**Peça de roba de Primark de material contaminant: polièster.**  
1 producte = 12,5€

0€	50€	100€
----	-----	------

A

B

C

**Peça de roba d' Ecoalf de material sostenible: cotó orgànic.**  
1 producte = 25€

100€	50€	0€
------	-----	----

\*El polièster és un material tèxtil sintètic que s'utilitza àmpliament a la indústria de la moda a causa de la seva resistència a les arrugues i facilitat de cura. És una fibra sintètica produïda a partir de polímers de petroli. És no biodegradable, el que significa que pot romandre al medi ambient durant segles.

\*El cotó orgànic és una fibra tèxtil natural suau i transpirable que s'utilitza àmpliament en la fabricació de roba i tèxtils a causa del confort i la durabilitat. És un material tèxtil sostenible i respectuós amb el medi ambient, cultivat sense l'ús de pesticides i productes químics nocius per a la salut i l'ecosistema.

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces de cotó orgànic d'Ecoalf)
- B (Quatre peces de polièster de Primark i dues de cotó orgànic d'Ecoalf)
- C (Vuit peces de polièster de Primark)

3. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre la **durabilitat** del producte?

**Peça de roba de Primark amb durabilitat d' 1 any en bones condicions.**  
1 producte = 12,5€

0€	50€	100€
----	-----	------

A

B

C

**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**  
1 producte = 25€

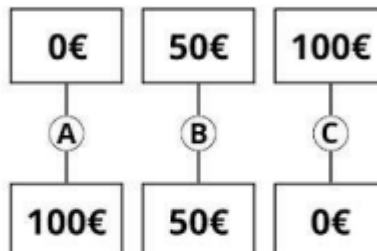
100€	50€	0€
------	-----	----

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- B (Quatre peces amb durabilitat d' 1 any de Primark i dues amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- C (Vuit peces amb durabilitat d' 1 any de Primark)

4. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre el **disseny** del producte?

**Peça de roba de Primark amb disseny en tendència, temporal.**  
1 producte = 12,5€



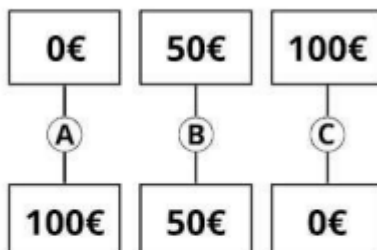
**Peça de roba d' Ecoalf amb disseny atemporal.**  
1 producte = 25€

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces amb disseny atemporal d'Ecoalf)
- B (Quatre peces amb disseny en tendència de Primark i dues amb disseny atemporal d'Ecoalf)
- C (Vuit peces amb disseny en tendència de Primark)

5. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre l'**origen** del producte?

**Peça de roba de Primark d'origen, producció i venda estrangera (Bangladesh).**  
1 producte = 12,5€

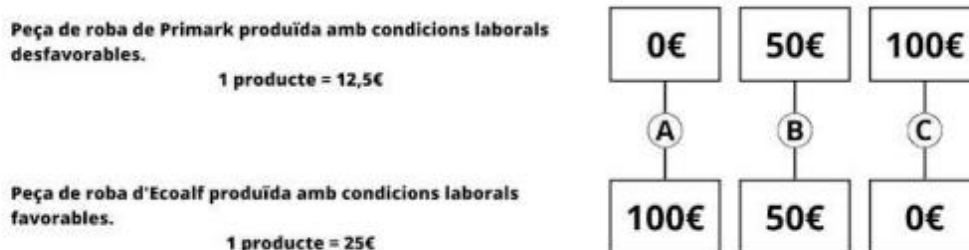


**Peça de roba d' Ecoalf d'origen, producció i venda local (Espanya).**  
1 producte = 25€

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces d'origen local d'Ecoalf)
- B (Quatre peces d'origen estranger de Primark i dues d'origen local d'Ecoalf)
- C (Vuit peces d'origen estranger de Primark)

6. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre les condicions laborals dels treballadors?



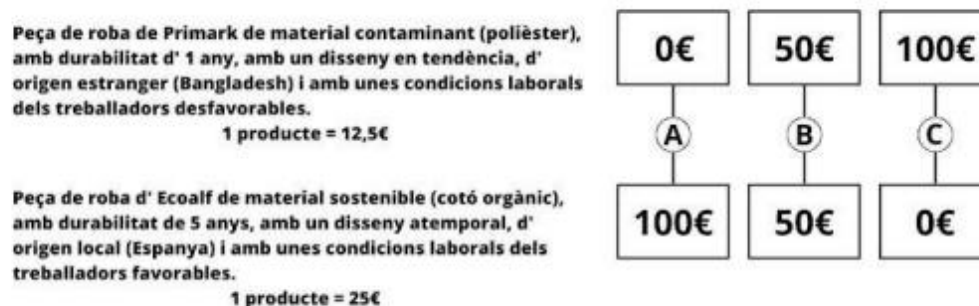
\*Les condicions laborals desfavorables són aquelles que violen els drets humans i laborals, incloent-hi salaris molt baixos, horaris excessius, treball forçat, discriminació, assetjament, manca de seguretat al lloc de treball i absència de llibertat d'associació i sindicalització.

\*Les condicions laborals favorables són aquelles que garanteixen el respecte als drets humans i laborals, incloent-hi salaris justos, horaris raonables, seguretat al lloc de treball i llibertat d'associació i sindicalització.

Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces amb producció favorable d'Ecoalf)
- B (Quatre peces amb producció desfavorable de Primark i dues amb favorable d'Ecoalf)
- C (Vuit peces amb producció desfavorable de Primark)

7. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?



Marca solo un óvalo.

- A (Quatre peces d'Ecoalf)
- B (Quatre peces de Primark i dues d'Ecoalf)
- C (Vuit peces de Primark)

8. En aquesta pregunta t'han emparellat aleatòriament amb una altra persona, a la qual **\* ens referirem com l'altra**. Aquesta altra persona és algú que no coneixes i es mantindrà anònim. Si hi ha 150€ per repartir, si us **plau**, indica la distribució que **prefereixes**.

La teva **elecció influirà tant en la quantitat de diners que reps com en la quantitat de diners que rep l'altra persona**.

<b>Tu reps:</b>	100€	94€	88€	81€	75€	69€	63€	56€	50€
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
<b>L'altra rep:</b>	50€	56€	63€	69€	75€	81€	88€	94€	100€

Marca *solo un óvalo*.

- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G
- H
- I

Dades demogràfiques

9. Indica el teu gènere **\***

Marca *solo un óvalo*.

- Femení
- Masculí
- Prefereixo no especificar

10. Indica la teva edat **\***

\_\_\_\_\_

11. Indica el grau que estàs cursant \*

Marca solo un óvalo.

- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, docència en anglès
- Grau en Turisme i Gestió de l'Oci
- Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals
- Grau en Logística i Negocis Marítims
- Doble titulació Grau en Turisme i Gestió de l'Oci/Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Doble titulació Grau en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

12. Quin és el nivell d'educació més alt que han completat els teus progenitors? \*  
(Seleccionar el més alt d' entre ells)

Marca solo un óvalo.

- Educació primària
- Educació secundària
- Educació tècnica o professional
- Educació universitària
- Educació postuniversitària

13. Amb quina freqüència fas consum de productes ecològics com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment
- Freqüentment
- Ocasionalment
- Rarament
- Mai



14. Amb quina freqüència fas ús del transport públic com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

15. Amb quina freqüència redueixes el consum de recursos (aigua, calefacció...) com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

16. Quin grau consideres que tens de consciència social? \*

Marca solo un óvalo.

Res / Molt poca (consciència social)

1

2

3

4

5

Molta (consciència social)

Gràcies per la teva col·laboració. Les teves respostes han estat de gran ajuda per la meva recerca!

## 8.5 Enunciat experiment grup experimental 2

### Experiment

Hola! Soc una estudiant d'administració d'empreses i màrqueting, i estic fent un experiment per als treballs de fi de grau. Soc conscient de com és de valuós el teu temps, per això aquest experiment serà breu. Gràcies per cada segon invertit en la meva investigació!

\* Indica que la pregunta es obligatoria

---

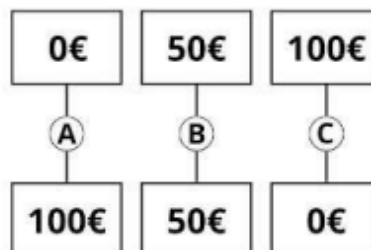
1. Quin preu estàs disposat a pagar habitualment per una samarreta? \*

*Marca solo un óvalo.*

- 0€ - 9,99€
- 10€ - 19,99€
- 20€ - 29,99€
- 30€ - 39,99€
- 40€ - 49,99€
- 50€ o més

2. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre el **material** de producció?

**Peça de roba de Primark de material contaminant: polièster.**  
1 producte = 25€



**Peça de roba d' Ecoalf de material sostenible: cotó orgànic.**  
1 producte = 50€

\*El polièster és un material tèxtil sintètic que s'utilitza àmpliament a la indústria de la moda a causa de la seva resistència a les arrugues i facilitat de cura. És una fibra sintètica produïda a partir de polímers de petroli. És no biodegradable, el que significa que pot romandre al medi ambient durant segles.

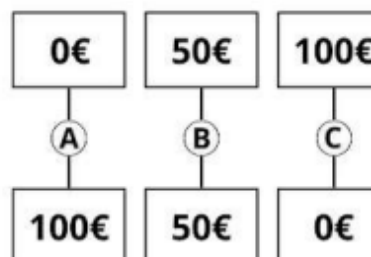
\*El cotó orgànic és una fibra tèxtil natural suau i transpirable que s'utilitza àmpliament en la fabricació de roba i tèxtils a causa del confort i la durabilitat. És un material tèxtil sostenible i respectuós amb el medi ambient, cultivat sense l'ús de pesticides i productes químics nocius per a la salut i l'ecosistema.

Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces de cotó orgànic d'Ecoalf)
- B (Dues peces de polièster de Primark i una de cotó orgànic d'Ecoalf)
- C (Quatre peces de polièster de Primark)

3. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre la **durabilitat** del producte?

**Peça de roba de Primark amb durabilitat d' 1 any en bones condicions.**  
1 producte = 25€

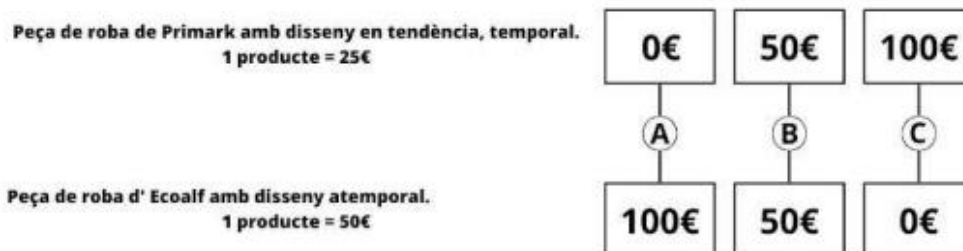


**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**  
1 producte = 50€

Marca solo un óvalo.

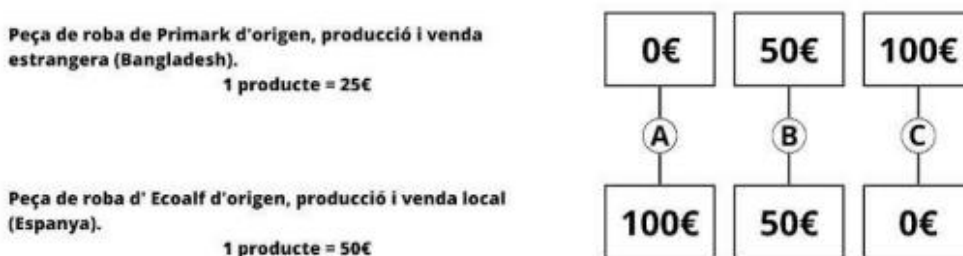
- A (Dues peces amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- B (Dues peces amb durabilitat d' 1 any de Primark i una amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- C (Quatre peces amb durabilitat d' 1 any de Primark)

4. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre el **disseny** del producte?



Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces amb disseny atemporal d'Ecoalf)
- B (Dues peces amb disseny en tendència de Primark i una amb disseny atemporal d'Ecoalf)
- C (Quatre peces amb disseny en tendència de Primark)
5. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries \* tenint en compte les característiques esmentades sobre l'**origen** del producte?



Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces d'origen local d'Ecoalf)
- B (Dues peces d'origen estranger de Primark i una d'origen local d'Ecoalf)
- C (Quatre peces d'origen estranger de Primark)

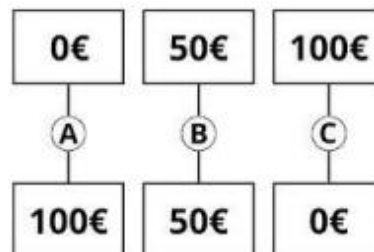
6. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries <sup>\*</sup> tenint en compte les característiques esmentades sobre les condicions laborals dels treballadors?

**Peça de roba de Primark produïda amb condicions laborals desfavorables.**

**1 producte = 25€**

**Peça de roba d'Ecoalf produïda amb condicions laborals favorables.**

**1 producte = 50€**



<sup>\*</sup>Les condicions laborals desfavorables són aquelles que violen els drets humans i laborals, incloent-hi salaris molt baixos, horaris excessius, treball forçat, discriminació, assetjament, manca de seguretat al lloc de treball i absència de llibertat d'associació i sindicalització.

<sup>\*</sup>Les condicions laborals favorables són aquelles que garanteixen el respecte als drets humans i laborals, incloent-hi salaris justos, horaris raonables, seguretat al lloc de treball i llibertat d'associació i sindicalització.

Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces amb producció favorable d'Ecoalf)
- B (Dues peces amb producció desfavorable de Primark i una amb favorable d'Ecoalf)
- C (Quatre peces amb producció desfavorable de Primark)

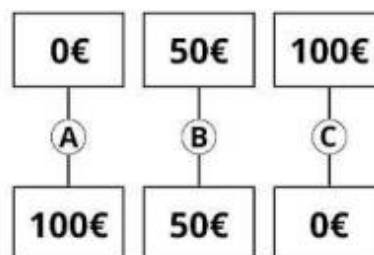
7. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries <sup>\*</sup> tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?

**Peça de roba de Primark de material contaminant (polièster), amb durabilitat d' 1 any, amb un disseny en tendència, d' origen estranger (Bangladesh) i amb unes condicions laborals dels treballadors desfavorables.**

**1 producte = 25€**

**Peça de roba d' Ecoalf de material sostenible (cotó orgànic), amb durabilitat de 5 anys, amb un disseny atemporal, d' origen local (Espanya) i amb unes condicions laborals dels treballadors favorables.**

**1 producte = 50€**



Marca solo un óvalo.

- A (Dues peces d'Ecoalf)
- B (Dues peces de Primark i una d'Ecoalf)
- C (Quatre peces de Primark)

8. En aquesta pregunta t'han emparellat aleatòriament amb una altra persona, a la qual **ens referirem com l'altra**. Aquesta altra persona és algú que no coneixes i es mantindrà anònim. Si hi ha 150€ per repartir, si us plau, indica la distribució que prefereixes.

La teva elecció influirà tant en la quantitat de diners que reps com en la quantitat de diners que rep l'altra persona.

Tu reps:	100€	94€	88€	81€	75€	69€	63€	56€	50€
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
L' altra rep:	50€	56€	63€	69€	75€	81€	88€	94€	100€

Marca solo un óvalo.

- A  
 B  
 C  
 D  
 E  
 F  
 G  
 H  
 I

Dades demogràfiques

9. Indica el teu gènere \*

Marca solo un óvalo.

- Femení  
 Masculí  
 Prefereixo no especificar

10. Indica la teva edat \*

\_\_\_\_\_

11. Indica el grau que estàs cursant \*

Marca solo un óvalo.

- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, docència en anglès
- Grau en Turisme i Gestió de l'Oci
- Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals
- Grau en Logística i Negocis Marítims
- Doble titulació Grau en Turisme i Gestió de l'Oci/Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
- Doble titulació Grau en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

12. Quin és el nivell d'educació més alt que han completat els teus progenitors? \*  
(Seleccionar el més alt d' entre ells)

Marca solo un óvalo.

- Educació primària
- Educació secundària
- Educació tècnica o professional
- Educació universitària
- Educació postuniversitària

13. Amb quina freqüència fas consum de productes ecològics com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment
- Freqüentment
- Ocasionalment
- Rarament
- Mai

14. Amb quina freqüència fas ús del transport públic com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

15. Amb quina freqüència redueixes el consum de recursos (aigua, calefacció...) com a hàbit sostenible? \*

Marca solo un óvalo.

- Molt freqüentment  
 Freqüentment  
 Ocasionalment  
 Rarament  
 Mai

16. Quin grau consideres que tens de consciència social? \*

Marca solo un óvalo.

Res / Molt poca (consciència social)

1

2

3

4

5

Molta (consciència social)

Gràcies per la teva col·laboració. Les teves respostes han estat de gran ajuda per la meva recerca!