

# Disponibilitat a pagar en el sector de la moda slow-fashion.

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

El present treball de recerca se centra a analitzar la disposició a pagar dels consumidors en el sector de la moda *slow-fashion*, comparant-la amb el sector de *fast-fashion*. S'investiguen les característiques que influeixen en aquesta disposició a pagar i s'examina la variable de gènere. Els resultats analitzats a partir d'un experiment controlat revelen una clara preferència per la moda lenta, amb un 90,57% dels participants mostrant disposició a pagar per productes *slow-fashion*. Les característiques que més influeixen són la durabilitat, el material, el disseny i l'origen de les peces. No es va trobar una diferència significativa entre homes i dones en general, encara que es van observar petites diferències en les preferències.

## Resumen

El presente trabajo de investigación se centra en analizar la disposición a pagar de los consumidores en el sector de la moda *slow-fashion*, comparándola con el sector de *fast-fashion*. Se investigan las características que influyen en esta disposición a pagar y se examina la variable de género. Los resultados analizados a partir de un experimento controlado revelan una clara preferencia por la moda lenta, con un 90,57% de los participantes mostrando disposición a pagar por productos *slow-fashion*. Las características que más influyen son la durabilidad, el material, el diseño y el origen de las prendas. No se encontró una diferencia significativa entre hombres y mujeres en general, aunque se observaron pequeñas diferencias en las preferencias.

## Abstract

This research focuses on analysing the willingness to pay of consumers in the slow-fashion sector, comparing it with the fast-fashion one. The characteristics that influence this willingness to pay are investigated and the gender variable is examined. The results, analysed from a controlled experiment, reveal a clear preference for slow-fashion, with 90.57% of participants showing a willingness to pay for slow-fashion products. The most influential characteristics are durability, material, design, and origin of the garments. No significant difference was found between men and women in general, although small differences in preferences were observed.

## Índex

1.	Introducció .....	5
2.	Marc teòric .....	6
2.1	Disponibilitat a pagar sector moda .....	7
2.2	<i>Slow-fashion</i> vs. <i>fast-fashion</i> .....	8
2.3	DAP en moda sostenible .....	10
2.3.1	DAP de productes sostenibles .....	10
2.3.2	Atributs influencien la <i>slow-fashion</i> .....	11
2.3.3	Característiques de l'individu i DAP en <i>slow-fashion</i> .....	12
2.4	Conclusió del Marc Teòric .....	13
3	Objectius i hipòtesis .....	14
4	Metodologia .....	15
4.1	Anàlisi .....	18
5	Resultats .....	20
5.1	Hipòtesi general .....	20
5.2	Hipòtesi específica 1 .....	22
5.3	Hipòtesi específica 2 .....	23
5.4	Altres cerques .....	25
6	Conclusions .....	27
7	Referències .....	30
8.	Annexos .....	33
8.1	Enunciat experiment grup de control 1 .....	33
8.2	Enunciat experiment grup de control 2 .....	39
8.3	Enunciat experiment grup experimental 1 .....	44
8.4	Enunciat experiment grup experimental 2 .....	51

## Índex de taules

1 Taula: Resum metodologia .....	19
2 Taula: Freqüència de DAP de slow i fast-fashion .....	21
3 Taula: Comparativa elecció slow i fast-fashion.....	22
4 Taula: Mitjanes de les característiques de la roba que influencien la DAP .....	22
5 Taula: Comparativa elecció slow -fashion entre dones i homes .....	23
6 Taula: Comparativa elecció slow-fashion entre dones i homes (opció amb tot productes slow).....	24
7 Taula: Comparativa elecció slow-fashion entre dones i homes (opció amb meitat productes slow i fast) .....	24
8 Taula: Coeficient elasticitat per a les variables independents .....	25

## 1. Introducció

El canvi climàtic ja és la principal preocupació mediambiental de la societat espanyola (Greenpeace, 2017) i la indústria de la moda és una de les més contaminants en el planeta (Greenpeace México, 2021). Tan sols la producció de roba representa el 10% de les emissions de CO<sub>2</sub> a escala global, l'equivalent al que allibera la Unió Europea per si sola (Maity, Sahu & Sen, 2022).

La caiguda dels preus de la roba en els últims 20 anys ha permès comprar cada vegada més roba. Això és gràcies a una constant reducció dels costos de producció, i per tal d'aconseguir-ho es produeix sota unes condicions que afecten la salut, al planeta i la vida dels treballadors de la confecció.

La *fast-fashion* fa referència al model d'indústria que predomina en el mercat de la moda, i fa referència a la producció en massa de roba barata i rebutjable, per donar resposta a les canviants tendències del mercat (Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A., 2020).

Aquest tipus de producció deixa amb el seu transcurs les següents dades: Cada any es produeixen 100.000 milions de peces de roba, produint un 400% més en comparació a fa 20 anys, surten al mercat 52 microcol·leccions (en comparació a les 2 temporades habituals), les peces de roba abans de ser rebutjades s'usen uns 7 cops de mitjana i cada persona de la UE genera uns 11 kg de residus tèxtils en un any.

A aquesta indústria també se li suma que la majoria d'aquests productes estan confeccionats sota unes condicions laborals pèssimes, amb uns salaris miserables, el que representa un atemptat contra els drets humans, i on també s'engloba l'explotació infantil i el treball forçat (Rincón, 2022).

En resposta a aquesta problemàtica neix la moda lenta, la *slow-fashion* que és una manera de pensar i concebre la moda des d'un punt de vista conscient, ètic i respectuós amb el medi ambient, els treballadors i els consumidors. (Rey, 2020).

Per tant, l'objectiu d'aquest treball és estudiar la disposició a pagar per aquest tipus de productes que poden suposar un canvi en el planeta i en els drets de les persones, i saber si aquest tipus de producció té cavitat en el món de la moda i per poder conèixer de forma indirecta cap a on es decanta el futur del sector.

L'elecció del tema ve motivada per un interès personal com és la moda i per unes preocupacions en l'àmbit global com són la sostenibilitat i els drets humans. En

l'actualitat les persones viuen exposades a un constant canvi dintre del sector de la moda; on cada cop apareixen més subtemporades i cada qual més diferent de l'anterior. Tenir a l'abast tanta varietat i novetat a preus assequibles pot fer i motivar que no es tinguin en compte certes característiques de la roba, com l'origen i sostenibilitat del material amb el qual està fabricada, les condicions dels treballadors que les confeccionen, etc. Per això s'ha considerat estudiar aquest sector i la disponibilitat a pagar per aquest tipus de productes.

És un tema on es poden veure reflectides moltes de les assignatures que s'han estat cursant durant els darrers anys, tant en la part més d'estudi, com comportament del consumidor, amb coneixements sobre com els consumidors prenen decisions de compra i com influeixen els factors psicològics i socials en les seves eleccions; i microeconomia com a eina per comprendre els principis econòmics subjacents en el mercat de la moda i la demanda del consumidor; tan altres relacionades amb la metodologia com per exemple estadística, per a l'anàlisi de dades i l'aplicació de tècniques quantitatives en la investigació; definició de preu i proposta de valor, i investigació de mercats, amb mètodes i enfocaments específics per a l'avaluació de preus i la comprensió del mercat. Tots aquests coneixements adquirits serviran com a base per al desenvolupament del treball de fi de grau.

El treball d'investigació s'estructura en un marc teòric, en el que es desenvolupen aquells tòpics més rellevants per a desenvolupar la recerca i extreure uns coneixements sobre la literatura econòmica anterior relacionada amb aquest estudi. Arran d'aquesta revisió documental, s'obtenen unes hipòtesis amb els seus pertinents objectius que seran la guia de la investigació, i després es desenvoluparà la metodologia que s'emprarà per a donar resposta a aquestes anteriors esmentades hipòtesis, que serà la creació de dades secundàries amb un experiment.

## **2. Marc teòric**

El marc teòric desenvolupa els aspectes rellevants, basats en literatura econòmica, per a l'estudi de la disponibilitat a pagar en el sector de la moda lenta o també conegut com a *slow-fashion*. L'estructura de l'apartat comença per explorar aspectes més generals com la disponibilitat a pagar en el sector de la moda, fins a més específics com les característiques dels consumidors que influencien aquesta disponibilitat a pagar.

En aquest apartat es tractaran els temes de la disponibilitat a pagar en el sector de la moda, fent esment a les característiques d'aquesta. Es desenvoluparan aquests dos sectors en tendència com són la *slow* i la *fast-fashion*. I a continuació la disposició a pagar en moda sostenible, així com els atributs i les característiques demogràfiques dels individus que la influeixen.

## 2.1 Disponibilitat a pagar sector moda

La Disponibilitat A Pagar (DAP) és un concepte econòmic que consisteix en la quantitat de diners que una persona està disposada a pagar per ser indiferent entre tenir o no tenir un bé. En el sector de la moda es refereix particularment a la quantitat màxima que un consumidor està disposat a gastar en un producte de moda concret. És un factor clau que determina el preu d'un producte i ajuda a les marques de moda a determinar el seu mercat objectiu (Ellis, McCracken & Skuza, 2012).

Les empreses que ofereixen productes d'alt valor poden tenir un avantatge competitiu al mercat i donar lloc a una major rendibilitat gràcies a la satisfacció i la lleialtat del client. La literatura ho sosté, indicant que la lleialtat del client, incloses les intencions de compra, la retenció, la recomanació i la disposició a pagar més, és un resultat directe del valor del client (Gunawan, I., 2022).

La DAP d'un consumidor està influenciada per diversos factors (Ghaleb, 2019), entre els quals es troben: la reputació de marca, ja que habitualment els consumidors sovint estan disposats a pagar més pels productes de moda de marques consolidades i de renom (Keller, 2013). La qualitat del producte, que provoca que la DAP augmenti quan la qualitat també ho fa (Anselmsson, Bondesson & Johansson, 2014). El disseny de la peça fa que la DAP incrementi quan aquests són únics i innovadors, ja que està relacionat amb l'element de personalitat de sentir-se únic (Keller, Parameswaran & Jacob, 2011). El tipus de material emprat en el producte de moda pot afectar la DAP; aquells fabricats amb materials naturals com la seda, el caixmir i el cuir solen ser més cars que els materials sintètics (Parung, C. A. P., & Viviany, V., 2022). Els factors demogràfics com els ingressos, el gènere, l'edat o l'educació també són significatius (Tey, Brindal & Dibba, 2018); els diferents grups demogràfics tenen diferents patrons de despesa i nivells de disposició a pagar; els més joves poden ser més sensibles als preus, mentre que els consumidors més grans poden estar més disposats a pagar preus superiors (Lee, J., 2019). Les tendències en el sector de la moda també tenen un gran

impacte en la DAP; si una tendència es fa molt popular i desitjada pels consumidors, aquests estaran disposats a pagar més per aquest tipus de productes (Castro-López, Iglesias & Puente, 2021).

En general, la DAP a la moda és un concepte complex i dinàmic que està influenciat per diversos factors. Les marques han de supervisar i ajustar contínuament les seves estratègies de preus en funció dels canvis en el comportament dels consumidors i les tendències del mercat (Sheng Tey, Brindal & Dibba, 2018).

## **2.2 *Slow-fashion vs. fast-fashion***

A la dècada dels noranta, una gran part de la producció de la indústria tèxtil es trobava als Estats Units, on els treballadors eren principalment dones, immigrants, estaven subjectes a llargues hores de treball, males condicions laborals, salaris extremadament baixos i múltiples formes d'abús. A principi del segle XX com a resposta a aquesta situació, es van generar nombroses vagues i protestes que acabaren obligant a les fàbriques de roba a reconèixer el dret dels treballadors i a afiliar-se als sindicats (Von Drehle, 2004). Moltes empreses del sector, a la vista d'aquesta nova situació, van decidir subcontractar la seva producció a fabricants a Àsia, on les condicions laborals encara eren pitjors que als Estats Units, la mà d'obra era barata, els costos generals es podia reduir i les matèries primeres, com el cotó, es trobaven allà disponibles localment (Bradsher, 2013; Taplin, 2014).

Des de finals del segle XX, l'increment de la consciència sobre les crítiques condicions laborals, normalment clandestines, d'empreses com Nike, Gap i Levi Strauss ha dut a terme la cirurgia de la moda ètica i la *slow-fashion*. Aquest nou sector va atraure l'atenció mundial (Shen, Wang, Lo & Shum, 2012).

En aquesta era de globalització en què les persones es troben lluitant per la igualtat i el medi ambient en diferents aspectes de la seva vida, la moda ètica ha deixat de simplement complir amb la funció fonamental de satisfer les necessitats fisiològiques bàsiques, a satisfer necessitats específiques psicològiques dels consumidors (Paulins & Hillery, 2020).

La *slow-fashion*, per tant, neix com l'antítesi al sistema actual de producció de moda; la *fast-fashion*. Aquest sistema és la causa d'un increment en el nombre de temporades de moda, donant resposta a les tendències canviants i curtes del mercat; en



conseqüència, es caracteritza per l'agilització de la velocitat de fabricació i per escurçar la vida útil de les peces. Avui en dia, des del disseny inicial d'una peça fins a l'entrega final dels productes acabats en les tendes, van únicament algunes setmanes. D'aquesta forma, els consumidors tendeixen a desfer-se d'aquestes peces en un parell de temporades, ja que queden estèticament desfasades, i la baixa qualitat i els preus baixos dels productes de la *fast-fashion*, inciten a les persones a comprar noves. Això genera un gran malbaratament de material (Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A., 2020).

La *slow-fashion*, en canvi, s'emfatitza en la qualitat, incitant als consumidors a comprar menys volum i major qualitat (Jung & Jin, 2016), fent que tant els consumidors i productors tinguin una major consciència sobre els atributs de les peces de vestir, fet que alenteix el cicle de producció i consum (De Angelis, M., Amatulli, C., & Pinato, G., 2020).

Forbes també va presentar el moviment de *slow-fashion*, no només com a útil per al medi ambient, sinó també per a l'economia del país en general, per als treballadors i als recursos materials, i va afirmar que "la indústria de la moda pot estar desacelerant-se, però definitivament va en la direcció correcta" (Adamczyk, 2014).

Han aparegut moltes empreses en el mercat per a cobrir aquest públic que es preocupa pel medi ambient, així i tot, no és un sector fàcil en el qual emprendre, ja que els preus són necessàriament més alts dels articles en comparació amb els de roba produïda en massa. Per exemple, les samarretes de la línia sostenible de Levi Strauss, "Made & Crafted", costen \$ 50, en comparació amb les samarretes d'home d'H&M que es venen per tan sols \$ 5,95 (Shen, Wang, Lo & Shum, 2012).

En el passat les persones es queixaven que les peces orgàniques que existien eren únicament molt informals, i hi havia una limitada oferta de colors i de productes en general. A més, trobaven aquestes peces sense forma, sense color i amb uns preus excessius. (Meyer, 2017). The Hartman Group (2007) va determinar que els consumidors volen peces sostenibles que siguin estèticament boniques. Només una ínfima part dels consumidors comprarien una peça únicament pel fet que és sostenible, sense tenir en compte com és físicament el producte o com senti.

## 2.3 DAP en moda sostenible

En aquest apartat es desenvolupen tres aspectes que es ramifiquen de la DAP en moda sostenible; la DAP de productes sostenibles com les peces de roba *slow-fashion*, aquells atributs del producte que la influencien de forma rellevant i les característiques demogràfiques dels individus que també la impacten.

### 2.3.1 DAP de productes sostenibles

Els productes sostenibles acostumen a tenir uns preus més elevats, justificats normalment per estar produïts amb molta cura i sota uns patrons sostenibles i ètics, la qual cosa provoca alts costos de producció (Tey, Brindal & Dibba, 2018).

En un context de *slow-fashion*, un major valor per al client augmentaria les oportunitats no només de tenir la disposició a pagar pel producte, sinó també de pagament d'un preu superior. Quan els consumidors consideren que els productes de *slow-fashion* transmeten valors significativament més alts (valor percebut pel client), els consumidors tindran la intenció de comprar i pagar un cost addicional per aquests productes ètics i sostenibles (Jung & Jin, 2016).

Segons l'estudi de Yu & Yang (2020) més del 40% dels enquestats a la seva recerca estaven disposats a pagar un preu més elevat per una camisa de vestir confeccionada a mida i personalitzada que per una camisa de vestir estandarditzada. Per la primera, el preu mitjà que pagaven normalment per una camisa de vestir d'home era de 44,56 dòlars. En canvi, per a l'estandarditzada la disposició disminueix fins als 31,59 dòlars; Donant espai a 12,97 dòlars de diferència, que representa un 41,05% més per la característica de personalització.

Ellis, McCracken & Skuza (2012) van calcular la disponibilitat a pagar per una samarreta produïda de forma convencional amb cotó, amb un resultat de 11,09 \$ de preu mitjà, en canvi, la DAP per una samarreta també de cotó, però produïda de forma orgànica, va augmentar a 14,21 \$, donant lloc a 3,12 \$ de diferència per aquesta forma de producció més sostenible.

### 2.3.2 Atributs influencien la *slow-fashion*

Hi ha diversos atributs característics sobre el valor percebut del client en la influència de la moda lenta, que afecten la disponibilitat a pagar i són: equitat, autenticitat, funcionalitat, localisme i exclusivitat (Jung & Jin, 2016).

El primer atribut, equitat, fa esment a la preocupació del consumidor per unes pràctiques de comerç just, la compensació justa i les bones condicions laborals dels productors. La *slow-fashion* prioritza la producció a baixa velocitat per garantir que els treballadors tinguin hores regulars i salaris justos, la qual cosa condueix a una millor qualitat de vida i millors condicions de treball. Els consumidors que valoren aquest atribut en la producció poden veure un increment del valor (social i de preu) en els productes de moda lenta (Clark, 2008).

El segon atribut, l'autenticitat, tracta d'una preferència per la roba feta amb mètodes artesanals tradicionals, en vers a aquelles peces produïdes de forma massiva per màquines (Jung & Jin, 2016).

La funcionalitat és el tercer atribut, que se centra a maximitzar l'ús i la utilitat de la roba, amb èmfasi en la durabilitat i la versatilitat. Els dissenys clàssics i atemporals substitueixen les tendències que canvien ràpidament i permeten portar aquestes peces durant diverses temporades. Això pot comportar un augment del valor (preu i emocional) per als consumidors que veuen que l'augment de la utilitat de vida i la versatilitat són més econòmics (Shepard & Pookulangara, 2014).

El quart tret, el localisme, tracta de la producció utilitzant recursos locals i donant suport a les economies del propi país, mentre es conserven les identitats culturals pròpies de cada regió. Això pot satisfer el desig de moda diversa i crear un valor percebut (social i emocional) per als consumidors (Parung, C. A. P., & Viviany, V., 2022).

L'últim atribut, l'exclusivitat, tracta de l'atractiu de tenir articles únics d'edició limitada. Els articles de moda lenta es produeixen en petites quantitats mitjançant mà d'obra, la qual cosa condueix a articles de moda heterogenis i una sensació de diferenciació. Això pot augmentar el valor percebut (emocional) de la roba per a les persones que volen destacar (Clark, 2008).

En el context de la moda lenta, l'augment del valor del client no només crea oportunitats de compra, sinó també la voluntat de pagar un preu més alt. Si els consumidors creuen

que els productes de la moda lenta tenen valors més alts, s'inclinaran a comprar-los i pagar més per ells (Jung & Jin, 2016).

### **2.3.3 Característiques de l'individu i DAP en *slow-fashion***

La literatura empírica ha demostrat que hi ha certs factors sociodemogràfics que interfereixen en l'interès per les peces de roba sostenibles i la disponibilitat a pagar per elles. Alguns d'aquests són: els ingressos, el gènere, l'edat i l'educació (Tey, Brindal & Dibba, 2018).

Estudis relaten que els ingressos no són tan rellevants a l'hora de prendre decisions, com ho són el preu i la qualitat (Chen-Yu, J. H., & Yang, J. H., 2020). Així i tot, un aspecte rellevant a contemplar doncs és la sensibilitat que tinguin els consumidors dels preus, i és que, si aquests són sensibles, són prudents amb les seves despeses i conseqüentment estan menys disposats a pagar més per peces sostenibles (Shen, Wang, Lo & Shum, 2012).

D'altra banda, un altre estudi també conclou que aquells consumidors que consideren el medi ambient a l'hora de prendre una decisió de compra es basen en les propietats i atributs del producte i no tant en el preu (Wijaya, S. G. T., & Paramita, E. L., 2021).

Pel que fa al gènere, el 81,16% de les persones consumidores que estan disposades a pagar per aquest tipus de productes *slow-fashion* són les dones (Hustvedt & Bernard, 2008).

Quant a l'edat, es conclou que està correlacionada positivament amb el comportament proambiental. Els consumidors joves són més propensos a valorar la producció local i orgànica de les peces de roba, amb una mitjana d'edat de 20,92 anys (Hustvedt & Bernard, 2008) i és que és menys probable que els consumidors majors canviïn els seus patrons de consum existents a causa de l'hàbit i costum (Wiernik, Dilchert & Ones, 2016).

Pel que fa a l'educació, aquells que accedeixen a més idees i informació, acostumen a mostrar una major preocupació i sensibilitat per la sostenibilitat; i és que Clery & Rhead (2013) conclouen que a Espanya, les persones que no tenen estudis de nivell primaris tenen una probabilitat de compra de productes *slow-fashion* del 59%, en canvi, els que

tenen secundaris una probabilitat del 69%, i els d'estudis terciaris o universitaris del 77%. És lògic que els consumidors no respondran o es veuran preocupats per problemes si no són conscients d'ells, així és que l'educació és clau per a aquest coneixement i una posterior preocupació.

Un altre factor determinant és que, en el context de la roba sostenible, Hyllegard, Ogle & Yan (2014) van trobar que la compra prèvia d'aquests productes està associada amb una major DAP pel producte en el futur. Els resultats suggereixen que la DAP està relacionada positivament amb aquesta variable, ja que el coeficient de regressió ( $\beta$ ) és de 0,13, el que indica que hi ha una relació positiva entre aquestes dues variables, i que aquesta relació és estadísticament significativa, amb un valor de t de 2,22; cosa que també significa que és poc probable que els resultats siguin simplement una coincidència.

I una altra branca que apareix a l'hora de pagar per un producte sostenible, ve lligada a l'aprovació social; I és que aquells consumidors que busquen una constant aprovació social estan més disposats a pagar més per aquests productes. El valor de beta estandarditzat és de 0.491 i indica que un canvi d'una desviació estàndard a la influència social s'associa amb un canvi de 0.491 desviacions estàndard a la DAP de productes sostenibles. Com que el valor de beta és més gran que 0.3, es considera que la relació és significativa i té un efecte moderadament fort (Ellis, McCracken & Skuza, 2012).

Diversos estudis demostren que a més dels atributs ètics que pugui tenir un producte, també es tenen en compte variables com són el preu i la disponibilitat de la peça a l'hora de seleccionar una empresa sostenible (Parung, C. A. P., & Viviany, V., 2022).

Per concloure aquest apartat, Nassivera, Troiano, Marangon, Sillani & Nencheva, (2017) mantenen que totes aquestes característiques es poden veure reforçades per l'educació i la consciència sobre la sostenibilitat, ja que els autors consideren que són essencials per augmentar més la disposició a pagar dels consumidors per productes sostenibles.

## **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 disposició a pagar, per obtenir una visió general com Martínez, Bauzá, Poveda, Ferrer & Fresquet (2012) i Shepard & Pookulangara (2014). També la literatura econòmica ha

abordat la moda sostenible i la diferent DAP si la producció ha estat sostenible, per exemple els autors Jung & Jin (2016), Vázquez (2019) o Ellis, McCracken & Skuza (2012).

Finalment, en literatura, com Tey, Brindal & Haddy Dibba (2018) i Dodds, Pitts & Smith (2016), han establert els factors sociodemogràfics determinants que influencien la DAP a la *slow-fashion*, però encara no s'han trobat articles d'evidència sobre la valoració numèrica de la disposició a pagar en el sector de la *slow-fashion* i tampoc en comparació amb el seu sector antítesi, la *fast-fashion*. Per aquesta raó, aquests temes seran la base dels objectius a estudiar en aquesta recerca.

### 3 Objectius i hipòtesis

Després de tenir una visió general del sector i de l'anàlisi que fan les altres recerques, encara no s'ha desenvolupat la disposició a pagar en el sector de la *slow-fashion*. Anteriorment, s'ha estudiat quina és la disposició a pagar en el sector de la moda en general, quins són els factors determinants que fan que els consumidors escullin els productes sostenibles, etc. I és per això que l'objectiu principal d'aquest treball serà estudiar la disposició a pagar dels consumidors en el sector de la *slow-fashion*, ja que no s'ha trobat evidència científica. S'omplirà aquest buit d'informació d'un sector que està en tendència i començant a desenvolupar-se.

Arran d'aquest objectiu neixen algunes preguntes que s'estudiaran i resoldran durant aquesta investigació. La gent està disposada a pagar per la roba sostenible? Quin és el grup de persones per edat que es preocupen més per la sostenibilitat? Por la *slow-fashion* guanyar-li mercat a la *fast-fashion*? Hi ha algunes característiques rellevants a l'hora de seleccionar aquest tipus de productes que es preocupen pel medi ambient i els treballadors i treballadores? Estan les dones més disposades a pagar per productes *slow-fashion*? Estan les persones apassionades per la moda més disposades a pagar per la roba sostenible? Prefereixen avui en dia les persones consumir quantitat que qualitat de roba?

Aquesta recerca es basarà en quatre hipòtesis; una general i tres específiques.

- Objectiu General: Estudiar la disposició a pagar envers peces de roba *slow-fashion* i *fast-fashion*. A la literatura econòmica, Ellis, McCracken i Skuza (2012) mostren que els productes de moda lenta ofereixen unes característiques

distintives que aporten un valor extra al consumidor; quan aquest percep el major valor, augmentarien les oportunitats no només de tenir la disposició a pagar, sinó també de pagament d'un sobrepreu.

**Hipòtesi General:** La disposició a pagar en el sector de la *slow-fashion* és superior que a la de la *fast-fashion*.

- Objectiu específic 1: Analitzar quines són les característiques rellevants de la forma de produir la roba que influencien la disposició a pagar. Ja que la literatura empírica ha demostrat que hi ha factors relacionats amb la forma de produir i atributs dels productes que infereixen en l'interès per les peces sostenibles i la disponibilitat a pagar per elles (Tey, Brindal & Dibba, 2018).

**Hipòtesi específica 1:** Les característiques sostenibles més rellevants que influencien la disposició a pagar són: la durabilitat de les peces de roba (qualitat) i el lloc on es fabriquen.

- Objectiu específic 2: Investigar l'efecte de la variable gènere en la DAP de moda sostenible. Hi ha estudis que afirmen que les dones tendeixen a tenir comportaments més sostenibles que els homes (Navarro, Penadés-Plà, Martínez-Muñoz, Rempling & Yepes, 2020).

**Hipòtesi específica 2:** Les dones presenten una DAP superior per la roba *slow-fashion* que els homes.

#### 4 Metodologia

La tècnica que s'utilitzarà en aquest estudi per provar les hipòtesis serà l'experiment. Per crear aquest experiment s'han usat diferents articles com a referència; a Martínez-Carrasco, Brugarolas, Martínez, Espinosa i Fresquet (2012) que fan una subhasta experimental per a estudiar la disposició a pagar pels tomàquets millorats genèticament valorant les diferents característiques d'aquests. Per al format i una de les qüestions també s'ha pres com a guia l'experiment de Murphy, Ackermann & Handgraaf (2011), que mesuren la magnitud de la preocupació que les persones tenen per altres, anomenada a vegades com a Social Value Orientation (SVO) i per a la part final s'ha emprat l'article Liedtke, Welfens, Schaefer & Baedeker (2008) que estudia de quina

---

<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).

manera l'educació pot afectar les eleccions d'estil de vida i el desenvolupament de comportaments sostenibles.

L'experiment d'aquest estudi constarà de dues parts. La primera relacionada amb la disponibilitat a pagar per les peces de roba i també en funció a diferents característiques rellevants de la *fast* i la *slow-fashion*, a més d'una qüestió sobre l'orientació de valor social, i la segona sobre temes sociodemogràfics i els hàbits d'actuació sostenibles de cada individu.

Els participants d'aquest experiment seran estudiants de la universitat TecnoCampus. Com fan referència Viglia i Dolnicar (2020), els experiments ben dissenyats i executats demostren les relacions causa-efecte i això s'aconsegueix aplicant certes característiques, com per exemple, pel que fa a l'anàlisi estadística, l'experiment ha d'utilitzar tècniques adequades per analitzar els resultats i garantir-ne la validesa i la confiança. Quant a l'ètica, ha de complir els estàndards ètics en la investigació i respectar els drets i la dignitat dels participants. Entre altres característiques, també s'ha de contemplar en l'experiment amb un grup de control i un experimental; aquest primer captarà els canvis en Y que no són causats per la variable independent X, i proporciona quant de canvi en la variable dependent Y s'ha d'esperar en el grup experimental, tot i que la independent (X) no tingui cap efecte sobre la dependent (Y).

Aquest experiment comptarà amb quatre grups d'estudi, dos grups de control i dos grups experimentals. Els dos de control i els dos experimentals tindran la mateixa estructura entre si, únicament canviant els preus dels productes; en uns seran 12,5€ i 25€ i a l'altre 25€ i 50€.

La diferència entre el grup de referència i el grup d'intervenció, és que el primer estarà exposat a una única fase d'elecció de DAP entre dos peces de roba, en funció a la característica de la durabilitat i en funció a petites variacions entre aquestes, en canvi, l'experimental escollirà la seva DAP en sis fases amb les diferents característiques particulars de la *fast* i la *slow-fashion*, i amb variacions d'aquestes més significatives.

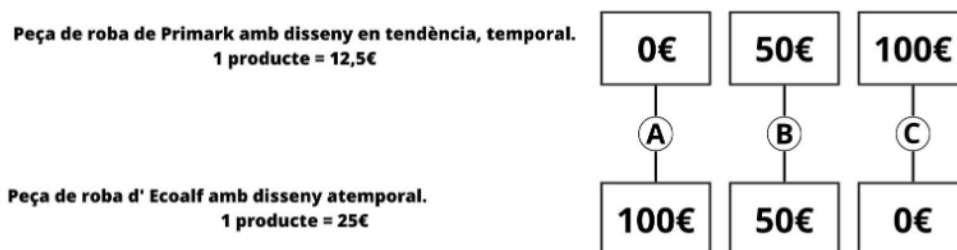
Aquest experiment està dissenyat per donar resposta a les 4 hipòtesis presentades. La hipòtesi general i les específiques 1 i 2, que fan referència a la disposició a pagar en els sectors *slow-fashion* i *fast-fashion*, a les característiques que afecten aquesta disposició i a la preferència en vers quantitat o qualitat, seran contestades amb la



primera part de l'experiment, l'elecció i distribució del pressupost entre peces segons els atributs associats. Aquesta elecció es durà a terme 6 cops, en les cinc primeres l'individu distribuirà un pressupost de 100 € entre diferents peces a cada ronda, en funció a aquelles característiques de forma comparativa amb valors rellevants. Seran aquelles característiques diferenciadores entre la producció de *slow* i *fast-fashion*, que són: el material, la durabilitat, el disseny, l'origen i les condicions laborals dels treballadors; aquesta distribució serà possible fer-la entre tres opcions; tot el pressupost serà invertit en peces *slow-fashion*, tot a peces *fast-fashion* o meitat i meitat per a cada sector. Així s'obtidran resultats per a la hipòtesi específica 1.

1 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 el **disseny** del producte?



- 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)

Font: Elaboració pròpia.

En canvi, a la sisena fase, l'elecció també serà entre les dues diferents anteriors mencionades peces i amb el mateix pressupost, però afegint totes les característiques en conjunt i confrontant-les; el que donarà resposta a la hipòtesi general i a l'específica dos.

## 2 Figura: Exemple pregunta experiment

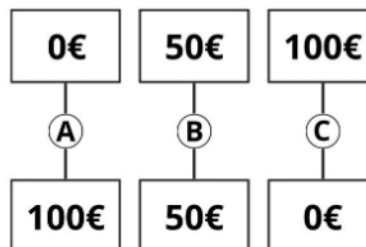
Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en \*  
compte el conjunt de característiques esmentades?

**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' 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 = 25€**



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

Font: Elaboració pròpia.

La hipòtesi específica 2, que fa referència a la diferent DAP en el sector *slow-fashion* segons el gènere, fent esment en què aquesta és superior en les dones, serà contestada a la segona part de l'experiment amb les preguntes sociodemogràfiques; ja que allà els individus són qüestionats per la seva identitat de gènere.

En l'experiment també s'han incorporat més preguntes com la SVO (Murphy, Ackermann & Handgraaf, 2011), o altres de caràcter sociodemogràfic com l'edat, els estudis màxims dels progenitors, el grau que estudien, etc. amb la finalitat de no descartar el descobriment d'altres característiques que puguin impactar la DAP en aquests sectors.

### 4.1 Anàlisi

Per tal de determinar la disponibilitat a pagar dels individus, es consideraran les tres següents suposicions: la primera, és que tots aquells que destinin tot el pressupost a l'opció de les característiques *fast*, en vers de les *slow*, voldrà dir que la DAP del sector *slow-fashion* serà menor que la DAP per la *fast-fashion*. La segona opció és que les persones decideixin destinar el 100% del seu pressupost a les peces amb característiques de la moda lenta, el que suposa que la DAP per la *slow-fashion* és

superior que la de *fast-fashion*. I finalment, la tercera opció és que la distribució del pressupost es faci meitat i meitat, el que es tradueix com que la DAP per la *slow* serà igual o superior al doble que per la de *fast-fashion*, ja que s'està renunciant a dues peces *fast* per una *slow*.

Per comprovar la veracitat o rebuig de les hipòtesis plantejades es farà un contrast d'hipòtesi, el que implica l'avaluació de la congruència de les dades observades amb la hipòtesi nul·la, per tal de determinar si es pot rebutjar aquesta hipòtesi o no. La hipòtesi nul·la (H0) és una declaració que se suposa certa, llevat que es compti amb proves suficients en contra, mentre que la hipòtesi alternativa (H1) és la proposició contrària que es busca demostrar. Aquestes hipòtesis tindran la forma de diferència de mitjanes (hipòtesi general i específica 2) o de correlació (hipòtesi específica 1).

Les tècniques que s'utilitzaran per analitzar els resultats de l'experiment seran quantitatives.

Per analitzar les dades referents a la hipòtesi general, es durà a terme un test de diferència de mitjanes i una anàlisi de regressió amb les dades obtingudes a la sisena ronda de la primera part de l'experiment.

Pel que fa als resultats de l'anàlisi de la hipòtesi específica 1, que s'analitzarà amb les dades de les cinc primeres rondes de la primera part de la investigació, s'emprarà un test de correlacions i una anàlisi de regressió.

Respecte a la hipòtesi específica 2, que es resoldrà amb les dades de la sisena ronda de la primera part de l'experiment, i amb les qüestions sociodemogràfiques, i es realitzarà una diferència de mitjanes i també una anàlisi de regressió.

En tots els casos, la regressió lineal ens permet controlar aquelles característiques sociodemogràfiques que poden afectar a la hipòtesi i, per tant, aconseguir l'efecte propi d'aquesta relació.

1 Taula: Resum metodologia

Hipòtesi	Experiment	Anàlisi
Hipòtesi General: La disposició a pagar en el sector <i>slow-fashion</i> és superior que a la del <i>fast-fashion</i> .	Primera part de l'experiment: Distribució de pressupost entre dues peces en vers a les	Diferència de mitjanes i anàlisi de regressió.

	característiques associades.	
Hipòtesi específica 1: Les característiques sostenibles més rellevants que influencien la disposició a pagar són: la durabilitat de les peces de roba (qualitat) i el lloc on es fabriquen.	Primera part de l'experiment: Distribució de pressupost entre dues peces en vers a les característiques associades.	Test de correlacions i anàlisi de regressió.
Hipòtesi específica 2: Les dones presenten una DAP superior per la roba <i>slow-fashion</i> que els homes.	Segona part de l'experiment: Qüestionari amb preguntes sociodemogràfiques.	Diferència de mitjanes i anàlisi de regressió.

Font: Elaboració pròpia.

## 5 Resultats

Pel que fa als resultats, s'hi presenten les anàlisis estadístiques realitzats per a avaluar les diferències entre els grups de participants en relació amb les seves preferències de moda *slow* i *fast*. Es presenten els resultats obtinguts amb l'experiment amb les metodologies de comparació de mitjanes, t-test i el test Anova. Aquests resultats permetran determinar les preferències dels consumidors i afirmar o rebutjar les hipòtesis proposades anteriorment.

### 5.1 Hipòtesi general

Per donar resposta a la hipòtesi general sobre que la Disposició A Pagar (DAP) en el sector *slow-fashion* és superior que a la del *fast-fashion*, s'ha creat una variable amb el conjunt de respostes obtingudes a la pregunta de distribució de pressupost entre tres opcions, la que conté tot productes amb característiques de la *slow-fashion*, la que incorpora tot productes de moda ràpida i per últim la formada per meitat i meitat de cada tipus de productes.

En relació amb aquestes opcions, per analitzar la DAP dels participants s'han pres com a referents aquestes tres casuístiques esmentades anteriorment:

La primera opció implica que aquells que destinen tot el seu pressupost a la moda ràpida (*fast-fashion*) en lloc de la moda lenta (*slow-fashion*) tindran una Disponibilitat A Pagar (DAP) més baixa per al sector *slow-fashion* que per a la *fast-fashion*. La segona opció implica que les persones decideixen destinar el 100% del seu pressupost a les peces amb característiques de moda lenta, el que significa que la DAP per a la moda *slow-fashion* és superior a la de la *fast-fashion*. En últim lloc, la tercera opció és que la distribució del pressupost es divideixi a parts iguals, el que es tradueix en una DAP per a la moda *slow* igual o superior al doble que per a la *fast-fashion*, ja que s'estan renunciant a dues peces ràpides per una peça lenta.

Amb el programa estadístic s'ha creat una variable que inclou les dues opcions de resposta que inclouen productes *slow-fashion* per comparar-la amb aquella opció de tot productes *fast-fashion*. Per donar resposta a la hipòtesi s'ha creat la següent taula descriptiva:

2 Taula: Freqüència de DAP de *slow* i *fast-fashion*

Variable	Freqüència	Percentatge	Percentatge acumulat
Disposició a pagar <i>slow fashion</i>	288	90,57%	90,57%
Disposició a pagar <i>fast fashion</i>	30	9,43%	100%
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100</b>	

Font: Elaboració pròpia.

Amb aquesta taula s'observa que el 90,57% dels participants tenen una disposició a pagar superior per *slow fashion*, mentre que només el 9,43% mostren una disposició a pagar superior per *fast fashion*. Aquests resultats suggereixen que la majoria de les persones de l'experiment prefereixen invertir en la moda lenta en lloc de la moda ràpida. Amb aquesta afirmació també s'entén que el 90,57% de les persones prefereixen qualitat de la roba en vers a quantitat, ja que han prescindit del fet d'obtenir més peces, amb la finalitat de tenir menys però amb millors característiques.

Per acabar de confirmar la hipòtesi s'ha realitzat un test de diferència de proporcions, i aquesta diferència és estadísticament significativa, pel fet que la diferència és de 0,8114 (diferent de 0) i el valor p és 0.

3 Taula: Comparativa elecció *slow* i *fast-fashion*

% DAP <i>Slow</i> > DAP <i>Fast</i>	% DAP <i>Fast</i> > DAP <i>Slow</i>	Diferència
90,57%	9,43%	81,14% ***

Font: Elaboració pròpia.

## 5.2 Hipòtesi específica 1

Pel que fa a la hipòtesi específica 1 sobre la importància de les característiques que influencien la DAP, com en el cas anterior, s'ha creat una variable que inclou les dues opcions de resposta que inclouen productes *slow-fashion* per a cadascuna de les diferents característiques que fan referència a la moda lenta i que han estat contemplades a l'experiment: El material, la durabilitat, el disseny, l'origen i les condicions laborals dels treballadors. Per analitzar aquestes dades s'ha elaborat una anàlisi de diferència de mitjanes i un test Anova.

4 Taula: Mitjanes de les característiques de la roba que influencien la DAP

Característica	Mitjana (%)	F
Durabilitat	0.905	25,38 ***
Material	0.857	
Disseny	0.857	
Origen	0.804	
Condicions laborals	0.911	

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la significança d'aquestes variables, segons els resultats del test ANOVA, totes les característiques mostren diferències significatives en la disponibilitat a pagar.

El valor de F de 25,38, suggereix que hi ha una relació significativa entre les variables independents (característiques) i la variable dependent en el model de regressió (DAP per productes *slow-fashion*).

La columna de percentatge representa el percentatge de persones mitjà amb disponibilitat a pagar per cadascuna de les característiques d'estudi. Per exemple, en el cas de la característica durabilitat indica que, els participants tenen una alta disponibilitat a pagar per la durabilitat de les peces de moda, ja que el 90,5% van escollir el conjunt que bé inclouen alguna o tot el conjunt de peces de roba amb una durabilitat superior.

D'aquesta forma, les característiques més rellevants i que influeixen la DAP són les condicions laborals i la durabilitat. Per altra banda, la que menys influeix és l'origen de les peces de roba, tot i que un 80,4% han preferit aquella opció amb productes produïts localment.

Per tant, amb aquests resultats, es confirma una part d'aquesta hipòtesi i se'n rebutja una altra; ja que, la durabilitat sí que és una de les característiques més rellevants que influeixen la DAP, però, en canvi, el lloc de producció no ho és, i de fet, contràriament, seria la menys valorada de les cinc presentades a l'experiment.

### 5.3 Hipòtesi específica 2

Finalment, pel que fa a la hipòtesi específica 2, sobre que les dones presenten una DAP superior per la roba *slow-fashion* que els homes, s'ha dut a terme com en el cas general amb una anàlisi de diferència de mitjanes. Per a aquesta investigació s'ha inclòs com a elecció de moda lenta aquelles dues opcions que inclouen productes de *slow-fashion*.

5 Taula: Comparativa elecció *slow-fashion* entre dones i homes

Diferència % DAP <i>Slow</i> dones	Diferència % DAP <i>Slow</i> homes	Diferència
53,13%	46,88%	6,25%

Font: Elaboració pròpia

Tal com es pot observar a la taula 5, tant dones com homes mostren una alta preferència pel tipus de productes de moda lenta; amb unes mitjanes de 53,13% per a les dones i un 46,88% per als homes. Respecte a aquesta diferència entre homes i dones, no és

estadísticament significativa; així i tot, aquesta petita diferència de 6,25% pot suggerir una tendència de major preferència dels productes de moda lenta entre les dones.

Per profunditzar i especificar més, s'han dut a terme els mateixos càlculs, per veure si hi havia també diferència entre els dos subgrups de consumidors de *slow-fashion*; en el primer cas s'ha analitzat amb el conjunt de persones que havien escollit l'opció de tot productes de moda lenta i millors característiques, i en el segon amb aquell conjunt de persones que han escollit l'opció que conté meitat productes *slow* i meitat *fast-fashion*.

Per al primer cas, les mitjanes són similars a les anteriors, però a la inversa, els homes tenen una major DAP per als productes *slow-fashion* amb un percentatge de 52,38%, comparat amb un 47,62% de les dones. Com en el cas anterior, existeix una diferència potencialment significativa entre homes i dones en l'elecció de productes amb tots dos tipus de peces de roba *slow* i *fast-fashion*, però no determinant, ja que, aquesta diferència no és de significança estadística.

6 Taula: Comparativa elecció *slow-fashion* entre dones i homes (opció amb tot productes *slow*)

% preferència DAP <i>Slow</i> dones	% preferència DAP <i>Slow</i> homes	Diferència
47,62%	52,38%	4,76%

Font: Elaboració pròpia

En el segon cas, aquells que tenen una major preferència per *slow-fashion*, s'observa que la mitjana del grup de dones és de 57,41%, mentre que la mitjana del grup d'homes és de 42,59%. A simple vista, sembla haver-hi una diferència en les preferències entre els dos grups, amb les dones mostrant una preferència lleugerament major pels productes de moda lenta en comparació amb els homes. Així i tot, segons les dades de significança, el resultat no és conclouent ni significat.

7 Taula: Comparativa elecció *slow-fashion* entre dones i homes (opció amb meitat productes *slow* i *fast*)

% preferència DAP <i>Slow</i> dones	% preferència DAP <i>Slow</i> homes	Diferència
57,41%	42,59%	14,82%

Font: Elaboració pròpia

Per concloure, cap dels tres t-tests proporciona suficient evidència estadística per a afirmar una diferència significativa entre homes i dones en relació amb l'elecció de



productes *slow-fashion*. No obstant això, el t-test independent de productes que inclou ambdós tipus de productes mostra el valor p més baix dels tres, la qual cosa suggereix una tendència lleugerament major cap a la significança estadística en comparació amb els altres dos t-tests. Així es rebutja la segona hipòtesi específica, ja que no es pot afirmar de forma significativa que les dones estiguin més disposades a pagar per productes de moda lenta; tot i que s'observin petites diferències en les mitjanes obtingudes.

#### 5.4 Altres cerques

L'anterior evidència és parcial, doncs no es té en compte l'efecte de diferents característiques dels individus sobre les hipòtesis d'aquesta recerca, per exemple podria ser que la major DAP per *slow-fashion* fos producte de l'educació dels progenitors.

Amb la finalitat de fer una anàlisi més profunda i contrastar els resultats d'una forma més completa, s'ha dut a terme una anàlisi de regressió, per tal de provar la relació entre la variable dependent, que seria la disponibilitat a pagar per productes *slow-fashion*, amb les variables independents; així es podrà veure si aquestes tenen impacte en la variable dependent, si és significatiu, i quantificar-lo.

8 Taula: Coeficient elasticitat per a les variables independents

Variable independent	Coeficient
Gènere (On 0 són dones i 1 són homes)	-0.027
Edat	0.004
Estudiants Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	-0.061
Estudiants Doble Grau en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	-0.081*
Estudis màxims dels progenitors: Educació tècnica o professional	-0.040
Estudis màxims dels progenitors: Educació universitària	-0.036
Estudis màxims dels progenitors: Educació post universitària	-0.037

Freqüència de compra de productes ecològics	0.051 ***
Freqüència ús transport públic	-0.002
Despesa mitjana per una samarreta	0.0003
Característica durabilitat	0.144 ***
Constants	1.2944
R <sup>2</sup>	0.1459

Font: Elaboració pròpia

Segons les dades obtingudes es pot veure l'impacte que té cada variable en la DAP per productes *slow-fashion*; D'aquest conjunt de dades només s'han extret 3 variables que són estadísticament significatives. La variable **freqüència de compra de productes ecològics**, indica que existeix una relació sòlida entre aquesta variable dependent i la disposició a pagar per productes *slow-fashion* i que és alta estadísticament significativa. Pel que fa al coeficient de 0.051 suggereix que un augment en la freqüència de compra de productes ecològics es relaciona amb un augment de la Disposició a pagar pels productes de moda lenta del 5%.

El mateix succeeix amb la variable de la característica **durabilitat** dels productes; també és altament significativa, i el coeficient de 0.144 indica que un augment de la durabilitat dels productes de roba es tradueix en un augment en la variable dependent, és a dir en la disponibilitat a pagar dels consumidors en peces *slow-fashion* d'un 14,4%. Aquest fet mostra la solidesa de la hipòtesi específica 1.

De igual forma es reflecteix en la variable d'**estudiants del doble grau** en Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals. Amb una significació inferior, incideix en una certa evidència de relació entre ser estudiant d'aquest doble grau i la disposició a pagar per moda lenta. El coeficient associat a aquesta variable és -0.0816, fet que suggereix que ser estudiant d'aquesta doble titulació es relaciona amb una disminució en la disposició a pagar per productes *slow-fashion* d'un 8,16%.

D'aquesta forma, amb aquesta anàlisi es segueix confirmant la hipòtesi específica 1 sobre que la durabilitat es una característica significativa que influencia la disposició a pagar en les peces de roba *slow-fashion*, i sobre els resultats obtinguts per contrastar la hipòtesi específica 2, també se segueix mantenint que el gènere no obté suficient

evidència estadística per a afirmar una diferència significativa entre homes i dones en relació amb l'elecció de productes de moda lenta.

## 6 Conclusions

L'objectiu d'aquest treball de recerca té com a objectiu principal estudiar la disposició a pagar dels consumidors en el sector de la moda *slow-fashion*, comparar-ho amb el sector antítesi *fast-fashion* i investigar quines són les característiques que influeixen aquesta disposició a pagar i si la variable gènere és significativa.

Aquesta investigació conclou que hi ha una clara preferència dels consumidors per la moda lenta (*slow-fashion*) en comparació amb la moda ràpida (*fast-fashion*). Els resultats assolits revelen que el 90,57% dels participants van mostrar una disposició a pagar per productes de moda *slow-fashion*, mentre que només el 9,43% va mostrar una disposició a pagar per productes de moda *fast-fashion*. Aquests resultats suggereixen que la majoria de les persones enquestades estan més disposades a pagar per la moda lenta en lloc de per la moda ràpida. Aquesta preferència indica que la qualitat de la roba és valorada més que la quantitat, ja que els participants estan disposats a prescindir de tenir més peces de roba a canvi de tenir-ne menys, però de millors característiques.

Aquests resultats estan alineats amb la literatura anterior, car Jung & Jin (2016) afirmaven que en proporcionar un major valor per al client incrementaria les oportunitats no només de tenir la disposició a pagar pels productes de moda lenta, sinó també de pagament d'un preu superior.

A més, s'ha analitzat l'impacte de les característiques de la moda lenta en la disposició a pagar dels consumidors. S'ha demostrat que la durabilitat, el material, el disseny i l'origen de les peces de roba són factors significatius que influeixen en la disposició a pagar. No obstant això, les condicions laborals dels treballadors no semblen tenir un efecte significatiu en la disposició a pagar.

Aquests resultats reforcen la investigació que van fer Parung, C. A. P., & Viviany, V. (2022), on afirmaven que hi havia certes característiques que influenciaven la disposició a pagar de productes *slow-fashion*, com ara el tret del localisme, l'origen de les peces de roba, que en tractar-se de producció utilitzant recursos locals i donant suport a les economies del propi país, es pot crear un valor percebut més gran, i per tant una superior disposició a pagar.

Pel que fa a la diferència de gènere, tot i que no s'ha observat una diferència significativa entre dones i homes en general, s'han detectat petites diferències en les preferències. En l'anàlisi global, les dones van mostrar una lleugera preferència per la moda lenta en comparació amb els homes. No obstant això, quan es va analitzar per separat el grup de persones que van seleccionar només peces de moda lenta i millors característiques, es va veure que els homes tenien una disposició a pagar lleugerament superior a les dones. Aquests resultats suggereixen que la diferència de gènere pot influir en les preferències de compra de moda lenta, encara que no de manera determinant.

Hustvedt & Bernard (2008) van proposar que el 81,16% de les persones consumidores que estan disposades a pagar per productes *slow-fashion* són dones, afirmació que difereix amb els resultats obtinguts en aquesta recerca. Així i tot, aquesta discrepància pot ser deguda a la diferència de 15 anys entre estudi i estudi, i en el canvi de tendència dels darrers anys.

Per tant, es conclou dels resultats que aquest treball proporciona evidència significativa de la preferència dels consumidors per la moda lenta i la seva disposició a pagar per aquest tipus de productes. Aquest fet pot tenir implicacions importants per a la indústria de la moda, ja que suggereix que hi ha una demanda creixent de productes de moda sostenible i de qualitat.

Les dades aconseguides poden ser rellevants per a la indústria de la moda i per aquelles marques que hi pertanyen al sector; algunes consideracions que aquestes haurien de tenir presents i es recomanaria, seria centrar-se en el desenvolupament i promoció de la moda *slow-fashion*, ja que els resultats mostren una clara preferència dels consumidors per la moda lenta, amb més del 90% dels participants disposats a pagar per productes de *slow-fashion*. Aquests resultats indiquen que la majoria de les persones enquestades valoren més la qualitat de la roba que la quantitat, preferint tenir menys peces però amb millors característiques.

A més, s'ha trobat que característiques com la durabilitat, el material, el disseny i l'origen de les peces de roba influeixen significativament en la disposició a pagar dels consumidors. Per tant, les empreses haurien de tenir en compte aquests atributs dels productes i promocionar-los com a elements diferenciadors de la competència.

Per últim, també es recomanaria introduir pràctiques sostenibles tant en l'àmbit extern de l'empresa en els productes, apostant per peces que no provoquin un gran impacte

en el canvi climàtic, com intern en la forma de treballar, de promocionar, distribuir, etc., i consegüentment considerant la importància d'aquest factor, es podria aplicar la tècnica de discriminació de preus o venda creuada amb consumidors de productes ecològics, localitzant aquests consumidors que inclouen aquests hàbits de compra ecològica integrats en el seu dia a dia, i se'ls podria aplicar uns preus superiors

Pel que fa a les limitacions que han aparegut a l'hora de desenvolupar la investigació, destacar que s'han aconseguit 318 respostes a l'experiment, ja que s'ha trobat limitació d'alineació d'horaris amb més cursos i graus i fer esment en la dificultat de trobar experiments que encaixessin i seguissin la línia d'estudi que s'estava desenvolupant.

Sobre investigacions que puguin desenvolupar futurs estudiants, alguns dels temes que podrien investigar arran d'aquesta investigació seria analitzar com les estratègies de comunicació i màrqueting de les marques de moda *slow-fashion* influeixen en la disposició dels consumidors a pagar un preu més alt pels seus productes, examinar com la consciència i les actituds cap a la sostenibilitat influeixen en la disposició dels consumidors a pagar un preu més alt per productes de moda lenta o estudiar en profunditat l'efecte marca i el marge de preu que obtenen en conseqüència.

## 7 Referències

Adamczyk, A. (2014). Why brands and retailers are running with the 'Slow Fashion' movement. *Forbes*. [Sitio Web]. Nueva York. Sites, 20.

Annual report 2018. (2019). En *UNECE*. United Nations Economic Commission for Europe. Recuperado 10 de noviembre de 2022, de [https://unece.org/DAM/UNECE\\_Annual\\_Report\\_2018\\_23x25\\_final\\_for\\_WEB.pdf](https://unece.org/DAM/UNECE_Annual_Report_2018_23x25_final_for_WEB.pdf)

Anselmsson, J., Vestman Bondesson, N., & Johansson, U. (2014). Brand image and customers' willingness to pay a price premium for food brands. *Journal of Product & Brand Management*, 23(2), 90-102.

Bradsher, K. (2013). After Bangladesh, seeking new sources. *New York Times*, 16, 1.

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.

Chen-Yu, J. H., & Yang, J. H. (2020). Consumer characteristics as predictors of purchase intentions and willingness to pay a premium for men's mass-customized apparel. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(2), 154-170.

Clark, H. 2008. "Slow + Fashion." *Fashion Theory* 12(4): 427–46.

Clery, E., & Rhead, R. (2013). Education and attitudes towards the environment. *Background paper prepared for the education for all global monitoring report 2013*, 4.

De Angelis, M., Amatulli, C., & Pinato, G. (2020). Sustainability in the apparel industry: The role of consumers' fashion consciousness. *Sustainability in the Textile and Apparel Industries: Consumerism and Fashion Sustainability*, 19-33.

Dodds, R., Pitts, R. E., & Smith, W. W. (2016). Willingness to pay for environmentally linked clothing at an event: Visibility, environmental certification, and level of environmental concern. *Tourism Recreation Research*, 41(3), 283-290.

Ellis, J. L., McCracken, V. A., & Skuza, N. (2012). Insights into willingness to pay for organic cotton apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(3), 290-305.

Ghaleb, M. M. (2019). Effects of brand characteristics on consumers' willingness to pay (WTP) a price premium: an analysis in audit and accounting services. *Diss (1st ed.)*. Istanbul: ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES.

Greenpeace. (2017). *El cambio climático ya es la principal preocupación medioambiental de la sociedad española* - ES. Greenpeace España. <https://es.greenpeace.org/es/sala-de-prensa/comunicados/el-cambio-climatico-ya-es-la-principal-preocupacion-medioambiental-de-la-sociedad-espanola/>

Greenpeace México. (s. f.). *Fast fashion: de tu armario al vertedero*. <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

Gunawan, I. (2022). CUSTOMER LOYALTY: The Effect Customer Satisfaction, Experiential Marketing and Product Quality. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 1(1), 35-50.

Hartman Group (2007), "The fiber of organics", available at: [www.hartman-group.com/hartbeat/the-fiber-of-organics](http://www.hartman-group.com/hartbeat/the-fiber-of-organics) (accessed December 4, 2008).

Hustvedt, G., & Bernard, J. C. (2008). Consumer willingness to pay for sustainable apparel: The influence of labelling for fibre origin and production methods. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 491-498.

Jung, S., & Jin, B. (2016). Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability*, 8(6), 540.

Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.

Lee, J. (2019). Factors Affecting Consumers' Willingness to Pay More for Socially Responsible Fashion Products. *International Journal of Costume and Fashion*, 19(2), 39-58.

Liedtke, C., Welfens, M. J., Schaefer, I., & Baedeker, C. (2008). Lifestyle equal educational style?: Resource conservation through lifestyle orientated education.

Maity, S., Sahu, T. N., & Sen, N. (2022). COVID-19 and digital primary education: Impact and strategies for sustainable development. *Journal of Development Policy and Practice*, 7(1), 10-30.

Meyer, A. (2017). What's in it for the customers? Successfully marketing green clothes. *Business Strategy and the Environment*, 10(5), 317-330.

Murphy, R. O., Ackermann, K. A., & Handgraaf, M. J. (2011). Measuring social value orientation. *Judgment and Decision making*, 6(8), 771-781.

M. Taplin, I. (2014). Who is to blame? A re-examination of fast fashion after the 2013 factory disaster in Bangladesh. *Critical perspectives on international business*, 10(1/2), 72-83.

Nassivera, F., Troiano, S., Marangon, F., Sillani, S., & Nencheva, I. M. (2017). Willingness to pay for organic cotton: Consumer responsiveness to a corporate social responsibility initiative. *British Food Journal*, 119(8), 1815-1825.

Navarro, I. J., Penadés-Plà, V., Martínez-Muñoz, D., Rempling, R., & Yepes, V. (2020). Life cycle sustainability assessment for multi-criteria decision making in bridge design: A review.

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200.

Ogle, J., H. Hyllegard, K., Yan, R. N., & A. Littrell, M. (2014). Segmenting the teen girl apparel market: differences in fashion involvement, materialism and social responsibility. *Young Consumers*, 15(2), 153-166.

Parung, C. A. P., & Viviany, V. (2022). Upcycled Products in Indonesia: Factors Influencing Willingness to Pay. *Keluwih: Jurnal Sains dan Teknologi*, 3(2), 57-69.

Paulins, V. A., Hillery, J. L., Cavender, R., & Jestratijevic, I. (2020). Consumer behaviors regarding sustainability that affect demands shaping corporate social responsibility policies in fashion and hospitality industries. *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 77 (1), 1-4.

Rey, P. (2020). Slow Fashion o moda lenta: ¿qué es y cómo podemos identificarla? *Vogue*. Recuperat de: <https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>.

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.



Shepard, A., & Pookulangara, S. (2014). The slow fashion process: Rethinking strategy for fast fashion retailers. *Fast Fashion Systems: Theory and Applications, Londres, 4*, 9-22.

Tey, Y. S., Brindal, M., & Dibba, H. (2018). Factors influencing willingness to pay for sustainable apparel: A literature review. *Journal of Global Fashion Marketing, 9*(2), 129-147.

Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020). A review of experiments in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research, 80*, 102858.

Von Drehle, D. (2004). *Triangle: The fire that changed America*. New York, NY: Grove Press.

Wiernik, B. M., Dilchert, S., & Ones, D. S. (2016). Age and employee green behaviors: A meta-analysis. *Frontiers in psychology, 7*, 194.

Wijaya, S. G. T., & Paramita, E. L. (2021). Purchase intention toward sustainable fashion brand: Analysis on the effect of customer awareness on sustainability on willingness to pay. *Diponegoro International Journal of Business, 4*(1), 49-57.

## **8. Annexos**

### **8.1 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? \*

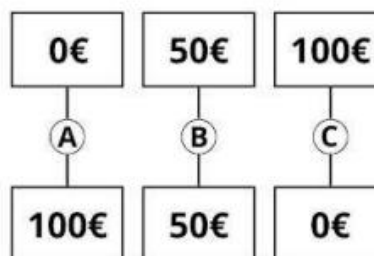
Marca solo un óvalo.

- 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 \* 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)

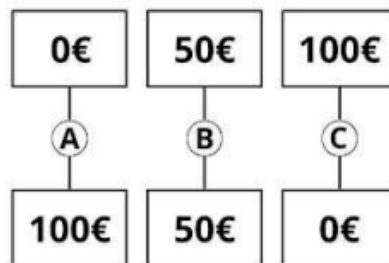
3. Si tens un pressupost màxim de 100€, quina combinació de peces de roba escolliries tenint en compte el conjunt de característiques esmentades?

**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.

<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

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!

## 8.2 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? \*

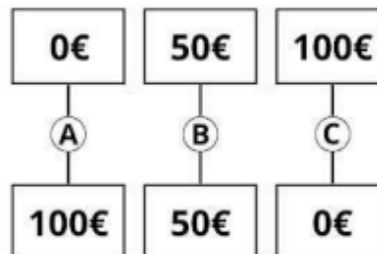
*Marca solo un óvalo.*

- 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.

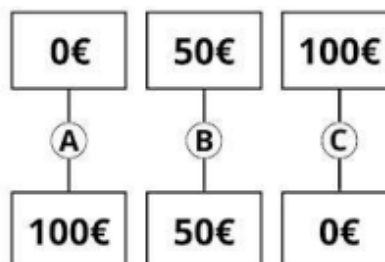
Marca solo un óvalo.

- 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!

### 8.3 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

---

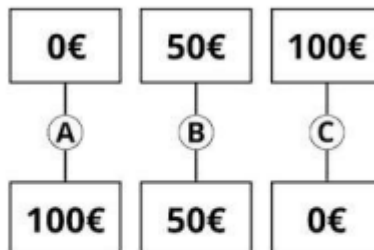
1. Quin preu estàs disposat a pagar habitualment per una samarreta? \*

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€



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

\*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.

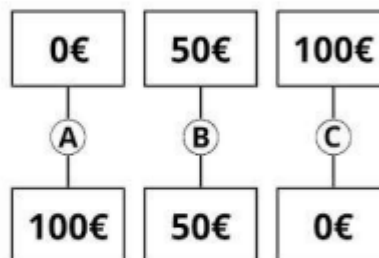
\*El cotó orgànic és una fibra tèxtil natural suau i transpirable que s'utilitza àmpliament en la fabricació de roba i tèxtils a causa del confort i la durabilitat. És un material tèxtil sostenible i respectuós amb el medi ambient, cultivat sense l'ús de pesticides i productes químics nocius per a la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



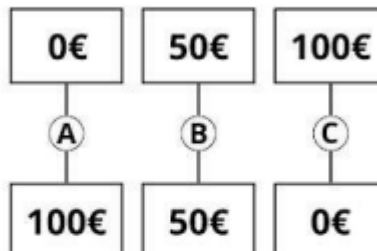
**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**  
1 producte = 25€

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€



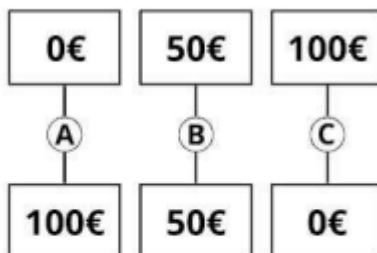
**Peça de roba d' Ecoalf amb disseny atemporal.**  
1 producte = 25€

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€

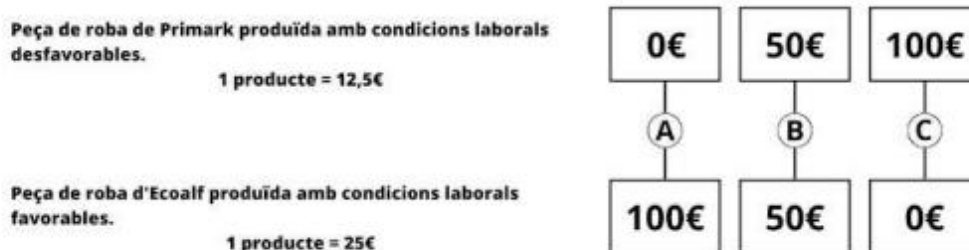


**Peça de roba d' Ecoalf d'origen, producció i venda local (Espanya).**  
1 producte = 25€

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?



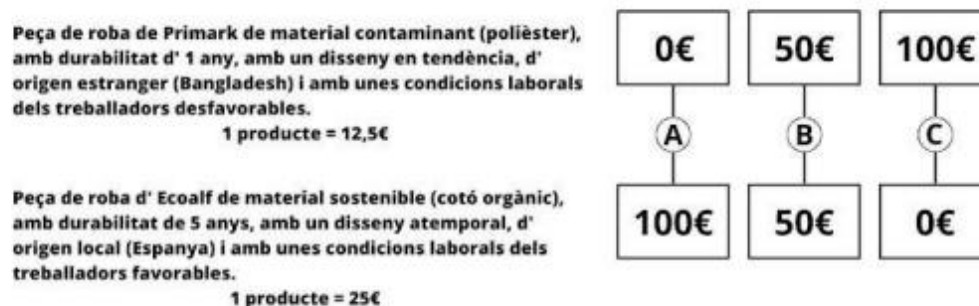
\*Les condicions laborals desfavorables són aquelles que violen els drets humans i laborals, incloent-hi salaris molt baixos, horaris excessius, treball forçat, discriminació, assetjament, manca de seguretat al lloc de treball i absència de llibertat d'associació i sindicalització.

\*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.

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!

## 8.4 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 <sup>\*</sup> tenint en compte les característiques esmentades sobre el **material** de producció?

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

0€	50€	100€
----	-----	------

A	B	C
---	---	---

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

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 (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 <sup>\*</sup> 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€

0€	50€	100€
----	-----	------

A	B	C
---	---	---

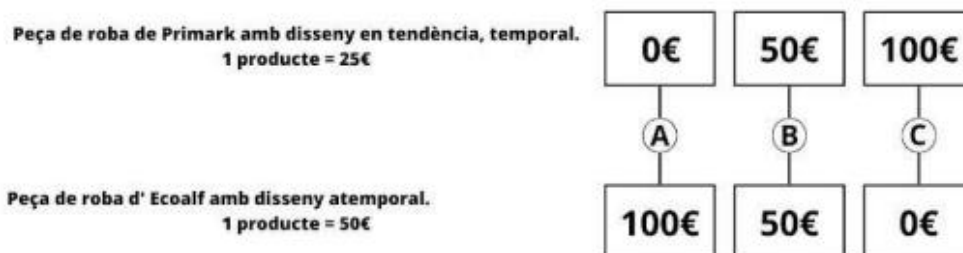
**Peça de roba d' Ecoalf amb durabilitat de 5 anys en bones condicions.**  
1 producte = 50€

100€	50€	0€
------	-----	----

Marca solo un óvalo.

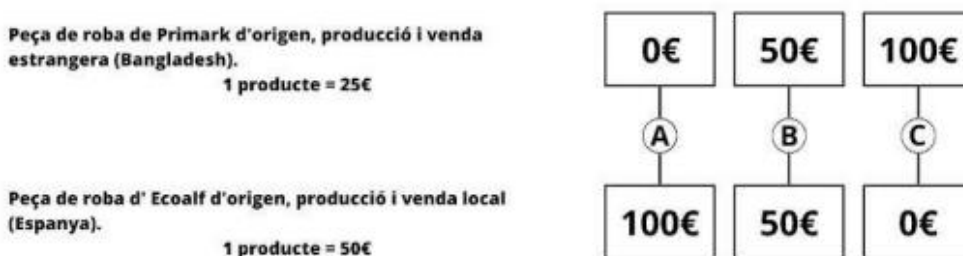
- A (Dues peces amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- B (Dues peces amb durabilitat d' 1 any de Primark i una amb durabilitat de 5 anys d'Ecoalf)
- C (Quatre peces amb durabilitat d' 1 any de Primark)

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?



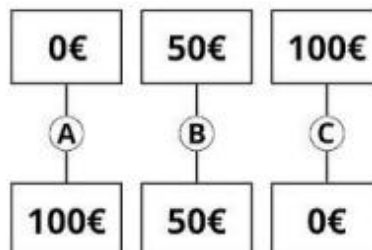
Marca solo un óvalo.

- 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.

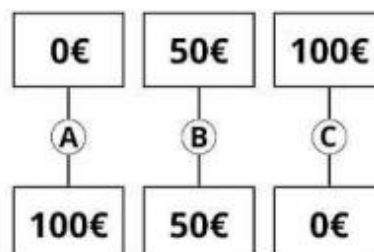
Marca solo un óvalo.

- 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 <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

9. Indica el teu gènere <sup>\*</sup>

Marca solo un óvalo.

- Femení  
 Masculí  
 Prefereixo no especificar

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

\_\_\_\_\_

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!