

La transició de la indústria tèxtil cap a l'economia circular: La percepció dels consumidors en la roba de segona mà

Anna Llopis Rabiol

Enric Camón Luís i Mar Isla Pera

18/03/2020

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: 2019-2020

Estudis: Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació

Agraïments

Agraeixo l'acompanyament dels meus tutors Mar Isla i Enric Camón, per la seva ajuda, les seves recomanacions i per guiar-me durant tot el projecte.

A la gent que ha participat a l'estudi a través de l'enquesta.

A tota la meva família, amics i companys que m'han recolzat i donat la seva opinió.

Resum

Aquest estudi és una investigació realitzada per determinar la gran problemàtica del canvi climàtic que provoca la indústria tèxtil, classificada com la segona més contaminant del planeta. A cada una de les fases que formen part del seu procés industrial existeixen impactes negatius, econòmics, socials i mediambientals, a conseqüència de l'actual model lineal de producció. A partir dels estudis d'economia circular es pretén donar rellevància a la fase prèvia a la de reciclatge, allargant la vida dels productes tèxtils, potenciant un mercat de roba de segona mà. D'aquesta manera s'aconsegueix superar el model lineal anteriorment comentat.

Resumen

Este estudio es una investigación realizada para determinar la gran problemática del cambio climático que provoca la industria téxtil, clasificada como la segunda más contaminante del planeta. En cada una de las fases que forman parte de su proceso industrial existen impactos negativos, económicos, sociales y medioambientales, como consecuencia del actual modelo lineal de producción. A partir de los estudios de economía circular se pretende dar relevancia a la fase previa a la de reciclaje, alargando la vida de los productos téxtils, potenciando un mercado de ropa de segunda mano. De esta manera se consigue superar el modelo lineal anteriormente comentado.

Abstract

This research is a study made to determine the great issue of the climate change that textile industry causes, ranked as the second most polluting one of the planet. In every stage which is part of its industrial process there are negative, economic, social and environmental impacts, as a consequence of the current production linear mode. Based on studies from circular economy, the aim is to highlight the previous stage before recycling phase, lengthening the lifetime of textile products, enhancing a clothes second hand market. This enables to overcome the current linear mode described above.

Paraules clau: Indústria tèxtil, economia circular, comportament ecològic, roba de segona mà.

Índex

1.	Introducció.....	7
2.	Marc Teòric	8
2.1.	INDÚSTRIA TÈXTIL	8
2.1.1.	Context actual.....	8
2.1.2.	Impactes negatius	10
2.1.3.	Impacte negatiu econòmic.....	11
2.1.4.	Impacte negatiu social	11
2.1.5.	Impacte negatiu mediambiental	12
2.2.	ECONOMIA CIRCULAR	14
2.2.1.	Economia circular i economia lineal	14
2.2.2.	Concepte d'economia circular	15
2.3.	CONSUMIDOR	16
2.4.	CONCLUSIONS MARC TEÒRIC	18
3.	Objectius i hipòtesis	18
4.	Metodologia.....	19
4.1.	Metodologia prevista.....	19
4.2.	Metodologia emprada.....	21
5.	Anàlisi de dades	23
5.1.	Anàlisi descriptiva	24
5.2.	Anàlisi inferencial	37
6.	Resultats	46
6.1.	BUYER PERSONA.....	47
6.2.	Clúster atributs	48
7.	Conclusions i recerques futures.....	50
8.	Bibliografia	51
9.	ANNEXOS.....	52

La transició de la indústria tèxtil cap a l'economia circular: La percepció dels consumidors en la roba de segona mà

1. Introducció

Aquest estudi neix de la gran problemàtica existent en l'actualitat: el canvi climàtic. Com a consumidors, hem de donar força a la transformació del paradigma actual, basat en el model econòmic lineal provinent de la indústria tèxtil del segle XIX, cap a una economia circular (Chávez, 2107). Per tant, després de la revisió de diferents articles, informes, estudis, escoles de pensament i documentals, l'atenció d'aquest estudi s'enfoca en una de les indústries més potents econòmicament, la indústria tèxtil. Hi ha certa tendència per part de la societat a relacionar les indústries manufacturera, energètica, de transport o alimentària com les més contaminants, però la indústria tèxtil és la segona més contaminant del planeta, segons la Conferència de l'ONU sobre el Comerç i el desenvolupament (UNCTAD). Cada una de les seves fases del cicle de producció (adquisició de matèries primeres, confecció, distribució, ús i fi d'ús) tenen un gran impacte negatiu mediambiental, social i econòmic.

A conseqüència del desmesurat consum de la població i de la globalització s'accentua la problemàtica de les noves tendències dels mercats, fent que les persones passin d'una economia de subsistència a una economia de consum, exercint una gran pressió sobre els recursos del nostre planeta, segons un estudi publicat per el World Economic Forum junt a Deloitte, (Redondo, H., Escudero, G. I Ordoñez, P. 2013). Aquesta nova tendència al consum dins la indústria de la moda ha creat l'anomenada "*fast fashion*", un concepte de moda ràpida, on els preus cada cop són menors i, per tant, la gent compra més quantitat a inferior qualitat i sense donar valor a aquella peça de roba.

El que es pretén és adaptar el model de producció a l'economia circular, recalcant la importància de mantenir el valor dels productes el major temps possible i evitar la creació de residus. D'aquesta manera es vol aconseguir donar poder a la fase prèvia a la de reciclatge, allargant la vida dels productes.

A causa de la nova normativa de residus aprovada per el parlament europeu 2018/851, es concentra en aquesta darrera fase d'ús de la roba: la reutilització en el mercat de segona mà.

Els consumidors adquireixen béns sense tenir en compte els impactes que aquests generen en el seu procés productiu, creant una demanda que supera la capacitat de regeneració dels recursos naturals que té el nostre planeta. Essent un dels temes actuals més importants, encara hi ha un gran desconeixement sobre com i quant

valoren els consumidors aquest tipus d'actuacions empresarials. (Fernández, D. I Merino, A. 2015).

Per tant, l'objectiu d'aquest estudi és analitzar el grau de coneixement i consciència de la problemàtica ambiental per part dels consumidors i la seva percepció i actitud davant de les peces de roba de segona mà, l'estudi es centra a la ciutat de Mataró, i observar si existeix una relació amb la preocupació ambiental i l'adquisició econòmica. Amb els resultats d'aquestes variables es podrà definir un perfil de consumidor de peces de segona mà, a través d'una metodologia quantitativa basada en una enquesta de 10 qüestions, elaborant una anàlisi de correlació amb els resultats obtinguts i donar resposta als objectius plantejats.

2. Marc Teòric

2.1. INDÚSTRIA TÈXTIL

2.1.1. Context actual

En aquest apartat es presenta el context actual de la indústria tèxtil, explicant el seu impacte econòmic, social i mediambiental.

La indústria tèxtil és l'activitat econòmica basada en la producció de fibres (naturals i sintètiques), teles, filats i altres productes vinculats amb la roba i la vestimenta (Raffino, M. 2019).

Segons la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques, a partir d'ara (CNAE) i publicat a l'Institut Nacional d'Estadística, a partir d'ara (INE), aquesta activitat econòmica està classificada en el Grup C, indústria manufacturera, i engloba el CNAE-13 Indústria tèxtil i el CNAE-14 Confecció de peces de vestir, desglossats de la següent manera:

- 1310.- Preparació i filatura de fibres tèxtils
- 1320.- Fabricació de teixits tèxtils
- 1330.- Acabat de tèxtils
- 1391.- Fabricació de teixits de punt
- 1392.- Fabricació d'articles confeccionats amb tèxtils, excepte la roba de vestir
- 1393.- Fabricació de catifes i moquetes
- 1394.- Fabricació de cordes, cordills, caramells i xarxes
- 1395.- Fabricació de teles no teixides i articles confeccionats amb elles, excepte la roba de vestir
- 1396.- Fabricació d'altres productes tèxtils d'ús tècnic i industrial
- 1399.- Fabricació d'altres productes tèxtils n.c.a.p.
- 1411.- Confecció de peces de vestir de cuir
- 1412.- Confecció de roba de treball
- 1413.- Confecció d'altres peces de vestir exteriors
- 1414.- Confecció de roba interior
- 1419.- Confecció d'altres peces de vestir i accessoris

Actualment, la indústria tèxtil és una gran potència econòmica a Espanya (Castellana, Z. 2019), representant aproximadament el 3% del PIB nacional i el 4,3% de la taxa d'ocupació, segons l'informe realitzat per la "*Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación*" (a partir d'ara CESCE), essent un dels sectors que més llocs de treball genera en el món, donant feina a 27 milions de persones de manera directa i a 100 milions de persones de manera indirecta, segons els Estudis de la Població Activa (a partir d'ara EPA). Concretament a Espanya, durant el primer trimestre del 2019, 56.400 persones treballaven en el sector de la indústria tèxtil CNAE-13 i 51.100 persones en la confecció i peces de vestir CNAE-14, segons INE, generant així més valor a l'economia, ja que, indirectament es veuen influenciats altres sectors, com el transport, la maquinària, comercialització, entre d'altres.

La indústria tèxtil, a causa de la globalització i l'ús de les tecnologies, ha experimentat una gran transformació, reduint el temps des de l'inici del disseny de la peça fins a la seva arribada a la botiga, per respondre a la demanda en qüestió de setmanes i adaptant-se al canvi de tendències i modes (Martínez, V. 2008). Aquest fenomen es

denomina “*fast fashion*”, un model de producció tèxtil basat en la fabricació massiva de peces de mala qualitat i durabilitat menor i preus baixos, per satisfer la creixent demanda (Folgueira, 2018), llançant petites produccions a manera de prova, valorant-ne el resultat i acceptació per part dels consumidors, i procedir a la realització a major escala (Martínez, V. 2008). A més, la indústria tèxtil ha sabut introduir en el seu cicle vital Internet, tant a la seva fase creativa com a la de cerca de tendències i gustos per part dels consumidors, oferint promocions i productes en venda a través de l'*e-commerce* (López, 2011). Segons l'estudi “The State of Fashion” (McKinsey, 2019), on s'afirma que “una de cada tres dones dins de la població jove considera roba vella o usada aquella roba que ha estat comprada nova i ha sigut utilitzada dues o tres vegades, [...] això porta al fet que es consumeixi un 60% més”.

2.1.2. Impactes negatius

Com a conseqüència, aquest model de producció “*fast fashion*” ha contribuït a que la indústria tèxtil sigui considerada la segona més contaminant del planeta, després de la petrolífera, segons l’*“Asociación Ibérica de Reciclaje Textil”* (a partir d'ara ASIRTEX), la indústria tèxtil provoca una petjada de contaminació en cada fase del cicle de vida d'una peça de roba i provoca riscos socials, laborals i mediambientals. Si no es contempla la Responsabilitat Social Corporativa i la sostenibilitat dels treballadors, les comunitats i els ecosistemes de producció es poden veure perjudicats (Caro, F. i Martínez, V. 2014; Martínez, 2016), i fomenta, a les poblacions més sensibles, la desigualtat, la pobresa i l'explotació, a causa de la deslocalització de les grans empreses (Biosca, 2016). El temps de vida de les nostres peces de roba és relativament curt; el 85% dels tèxtils son abocats a les deixalleries o cremats a les incineradores, produint encara més contaminació (Quiñones, L. 2018). Això genera una gran problemàtica a l'hora de controlar les condicions de fabricació i alinear-les amb els valors de la marca (Albareda, 2017).

Algunes de les repercussions negatives d'aquest model de producció, que cada vegada estan generant més preocupació a tots els agents, són les següents:

2.1.3. Impacte negatiu econòmic

Econòmicament ha produït el tancament de molts tallers a Espanya, incapaços de competir en els preus. La decisió de produir en països en vies de desenvolupament és deguu, en gran part, a l'aspecte econòmic, generant una gran competència per a qui ofereix el preu més baix (López, 2017). D'aquesta manera els proveïdors de les grans empreses estan sotmesos a una forta pressió tant en el preu de venda, com en el termini de lliurament, que comporta la sobreexplotació dels treballadors i la vulneració dels seus drets (Martínez, 2016).

2.1.4. Impacte negatiu social

Com s'ha esmentat al paràgraf anterior la indústria tèxtil està marcada per la deslocalització de la producció en països en vies de desenvolupament, on les condicions laborals en temes de salut i seguretat dels treballadors són una injustícia social contra el benestar de la humanitat i l'incompliment dels drets humans (Salcedo, 2014; Biosca, 2016), ja que treballen en condicions laborals perilloses, mitajncant processos insegurs, manipulant substàncies químiques perilloses, rebent cruels abusos, sota una mena d'esclavitud moderna i explotació infantil (Quiñones, L. 2018). Alhora es posa en risc la salut dels treballadors amb tècniques com el "*sandblasting*", un tractament que s'aplica als pantalons texans per aconseguir l'efecte de desgast. Aquesta tècnica està totalment prohibida a la Unió Europea, però no als països on la seva legislació es més laxa, com ara Bangladesh, Xina, Pakistan, l'Índia o Síria, segons un estudi d'Emáus Social Factory (2018). Per altra banda, la viscosa s'obté a través d'un procés químic que contamina els rius i els cultius de la Xina i l'Índia. Aquesta substància podria ser sostenible, si es manipulés en un circuit tancat de producció que eliminés la contaminació.

Als anys 90 ja es donava l'alarma dels grans impactes negatius que estaven succeint a la indústria tèxtil (Barrio, 2013), successos com l'esfondrament de la fàbrica Rana Plaza el 24 d'abril del 2013 en un districte de la capital de Bangladesh, Daca, produint 1.134 morts i considerat com un dels pitjors accidents de la història de la indústria tèxtil

(Modaes, 2016), marcant un abans i un després a la indústria tèxtil, exposant les precàries condicions dels treballadors (Emáus Social Factory, 2018). Fets com aquest han aconseguit posar en dubte el model de producció “*fast fashion*” i provocar un canvi de consciència social a nivell global (Modaes, 2016).

2.1.5. Impacte negatiu mediambiental

Com s'ha dit en un apartat anterior, la indústria tèxtil està considerada la segona més contaminant a conseqüència dels elevats impactes negatius que produeix en el medi ambient, a causa de l'ús de substàncies químiques tòxiques, el gran consum d'aigua i energia o la generació de grans quantitats de deixalles i abocaments, entre d'altres. En resum, es tracta d'una indústria amb alts costos hídrics, energètics i de contaminació (Chávez, 2016). Segons un estudi de la Universitat de Cambridge, per cada quilogram de teixit es consumeix 0,6 kg de petroli i s'emeten 2 kg de CO₂ equivalents a l'atmosfera (Rodríguez, A. 2017), generant així el 10% d'emissions de carboni. A l'actualitat la indústria de la moda ja genera anualment uns 1.200 milions de tones d'emissions degudes a l'efecte hivernacle, xifra superior a tots els vols internacionals i els enviaments de missatgeria junts (Ellen MacArthur Foundation, 2017), i el 20% d'aigües residuals. Segons dades de l'Organització de les Nacions Unides (a partir d'ara ONU), ja que la major part d'aquestes aigües no arriben a depurar-se abans d'arribar als rius. A mode d'exemple, només en la producció d'un pantaló texà són necessaris uns 10.000 litres d'aigua, per la fabricació d'una samarreta de cotó s'utilitzen aproximadament 2.700 litres d'aigua. En un any s'utilitzen 93.000 milions de metres cúbics d'aigua en la producció de la roba, un volum suficient per satisfer les necessitats de 5 milions de persones (Villemain, C. 2019). Paral·lelament, els materials utilitzats per portar a terme la seva producció són abocats als rius, sumant un total de mig milió de micro plàstics anualment (Quiñones, L. 2018).

Un article de Benavides, T. (2019) a “*Criterios digitales*” estableix que, anualment, es compren més de 80.000 milions de peces de vestir noves, un 400% més que fa 20 anys, la major part de les quals acabarà a les deixalleries i seguiran presents per més de 200 anys. Ja que els tèxtils en el model de producció actual no utilitzen matèria biodegradable, essent l'acumulació de residus un dels principals problemes dins la

indústria tèxtil (Xicota, E. 2014). Les peces de roba no només són contaminants en el seu procés productiu, sinó que generen una gran quantitat de residus, que acaben en països en vies de desenvolupament per tal de ser incinerades o acabar en deixalleries provocant residus tòxics. Diferents investigacions afirmen que un 80% de la roba a Europa va directament a les deixalleries, tot i que un 95% d'aquesta roba està en òptimes condicions per poder ser reutilitzada (Emáus Social Factory, 2018).

Tot el conjunt de repercussions negatives generades per la indústria tèxtil, no només provenen de l'activitat que desenvolupen les empreses, sinó que també provenen de les actuacions dels consumidors. Amb el manteniment també es genera contaminació. Concretament per cada rentada que es realitza, s'aboca una gran quantitat de micro plàstics pel desguàs, que acaba finalment a l'oceà (de Vera, 2018). Comparat amb la indústria de la cosmètica, la indústria tèxtil produeix mig milió de tones de microfibrilles plàstiques que acaben a l'oceà, 16 vegades més que la indústria dels cosmètics. (Ellen MacArthur).

Si no actuem amb rapidesa i es creen solucions a aquests efectes que produeix la indústria tèxtil, la situació el 2050 serà molt pitjor, ja que es preveu que utilitzi una quarta part del pressupost mundial de carboni (Ellen Macarthur, A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future, 2017).

Segons l'informe realitzat per ASIRTEX, el compromís d'Espanya amb la Unió Europea és reciclar 490 milions de quilograms de roba anualment el 2020 (Abascal, 2017), i la Comissió Europea proclama als membres de la U.E. mitjançant la normativa "2018/851 del Parlament Europeu i del Consell del 30 de maig de 2018 per la qual es modifica la Directiva 2008/98/CE sobre els residus" a instal·lar contenidors específics per al correcte reciclatge de les peces, tenint de termini fins l'any 2025, i així poder reduir el problema de la contaminació per residus tòxics que es produeixen per l'acumulació en les deixalleries.

Per tal d'iniciar aquest procés d'eliminació per complet dels residus, cal procedir a canviar el model productiu i de consum, donant força al model de l'economia circular.

2.2. ECONOMIA CIRCULAR

2.2.1. Economia circular i economia lineal

Una de les estratègies per complir l'objectiu i el compromís de sostenibilitat plantejat per l'ONU és implementar una economia circular (Stojavonikj, 2017), ja que el sistema lineal de producció està esgotant els recursos naturals del planeta.

L'actual sistema de producció lineal que domina la gran part dels sectors es basa en “*take-make-waste*” (“extreure-fabricar-consumir”), on els productes són elaborats a partir de les matèries primeres, venuts, utilitzats i llençats, creant així tones de residus. Per tant, no només es tracta de l'esgotament dels recursos, sinó de la quantitat de residus que es produeixen (Ellen MacArthur Foundation, 2015). És per això que la indústria tèxtil ha de canviar aquest sistema de producció i implementar una economia que respecti el medi ambient. Amb aquest tipus de pràctiques es pot donar un estalvi dels costos de materials entre els 265.000 i 490.000 milions d'euros, equivalent al 23% total dels costos del sector (Ellen MacArthur Foundation, 2015).

És cada vegada més important la transició de l'economia lineal a l'economia circular. En aquest sentit el govern espanyol ha elaborat un informe d'estratègia per tal d'aconseguir la transició d'un model a l'altre, anomenat “Espanya Circular 2030”, un pla d'acció compost de 70 mesures que compta amb 836 milions d'euros, dels quals el 3,4% (28 milions) es destinaran a la gestió de residus, tal i com estableix l'informe de World Economic Forum (2018). Tot això implica un canvi sistemàtic complet, així com la innovació no tant sols de la tecnologia, sinó de les organitzacions, la societat, els mètodes de finançament i les polítiques (Rodríguez, A. 2107).

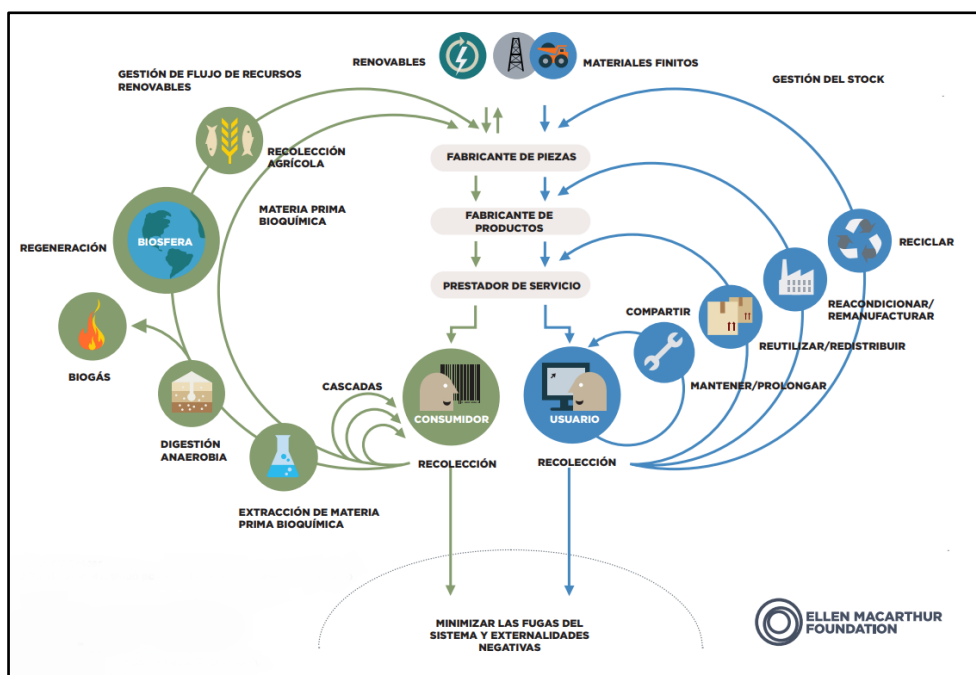
A Catalunya l'estratègia d'impuls a l'Economia verda i a l'Economia Circular “ACORD GOV/73/2015, 26 de maig”, es va generar de forma conjunta entre els departaments de la Generalitat (Territori i sostenibilitat, Empresa i treball, Economia i Hisenda i Agricultura, pesca, ramaderia i alimentació) per impulsar les polítiques de l'Estratègia Catalunya 2020, a partir d'ara (ECAT2020).

2.2.2. Concepte d'economia circular

El concepte d'economia circular ja va aparèixer als anys 70 a diferents escoles de pensament, però no va ser fins els anys 90 que va agafar empenta. Aquesta economia es considera restaurativa i regenerativa, aspirant que els productes, components i matèries mantinguin la seva utilitat i el seu valor màxim en tot moment. Per això diferencia entre els cicles tècnics i els biològics, i pretén millorar el capital natural, optimitzar els rendiments dels recursos i disminuir el risc del sistema, al gestionar les reserves finites i els fluxos renovables (Ellen MacArthur Foundation, 2015). En l'informe "A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future" (Ellen MacArthur Foundation, 2017), s'intenta mostrar quina és la realitat econòmica en el sector de la moda i com assolir la transició a una nova economia tèxtil que estigui basada en un sistema circular que proporcioni beneficis a negocis, societats i medi ambient, trobant noves alternatives al sistema de producció lineal actual, presentant els plans d'acció necessaris per poder aconseguir un model circular:

- 1) Eliminar les substàncies preocupants i alliberar microfibras
- 2) Augmentar la utilització de la mateixa peça de roba
- 3) Millorar radicalment el reciclatge
- 4) Fer un ús eficaç dels recursos i dels inputs renovables

Figura 1. Diagrama del sistema de l'economia circular.



Font. Ellen MacArthur Foundation (2015).

El gran repte de l'economia circular és aconseguir que els residus es reincorporin en el cicle econòmic, formant part dels nous productes, essent un dels objectius marcats a tots els estats de la Unió Europea, malgrat que a Espanya el sistema de reciclatge és majoritàriament lineal. La reducció de la quantitat de residus inclou entre els seus objectius la prolongació del cicle de vida de la roba (Rodríguez, A. 2017), implementant el consum de segona mà de les peces de roba i allargant-ne la vida entre un i dos anys, reduint així el 24% de les emissions que aquesta genera. Segons un informe de Greenpeace els nous models de negoci, com el de la segona mà, introduiran canvis que afectaran a tot el sector (Lorenzana Iglesias, O. 2018), ja que la reutilització és la forma amb que es produeix menor impacte, ja que no es tracta de comprar peces noves, sinó donar un nou ús a les que ja existeixen i reintroduir-les en el mercat. L'afirmació "la peça més verda es la que ja existeix" (Chávez, 2016) es recolza en que la innovació és l'element clau per aconseguir la transició cap a l'economia circular, fent necessàries noves tecnologies, processos, serveis i models empresarials, però sobretot canviant el paradigma dels patrons de comportament dels consumidors (Rodríguez, A. 2107).

2.3. CONSUMIDOR

Com s'esmenta a l'apartat anterior el canvi dels patrons de comportament dels consumidors és un element clau, ja que, com a consumidors podem aportar les solucions (Chávez, 2107). El món empresarial té un paper fonamental però el ciutadà, com a consumidor final, és el que determina l'èxit del model. Aquest canvi de valors únicament serà dut a terme facilitant informació i conscienciació (Redondo, H., Escudero, G. I Ordoñez, P. 2013). En aquest sentit el paper del consumidor és molt determinant, perquè les empreses comencin a emprar bones pràctiques ambientals. En definitiva, els consumidors també tenen part de responsabilitat, coneguda com a responsabilitat social pròpia (Barrio, E. 2013).

El comportament ecològic d'un consumidor es pot definir com la realització d'accions que intenten o volen conservar el medi ambient. Per entendre el comportament ecològic, segons Mondéjar i Cordente (López, M. 2015), s'utilitzen diferents variables: 1) Variables demogràfiques i socioeconòmiques; 2) Variables psicogràfiques i de coneixement sobre problemes ambientals; i s'executa la teoria de la acció planificada

per Ajzen. Tot i això, els estudis realitzats amb anterioritat analitzant la relació de l'actitud i el comportament ecològic no demostren resultats concloents (López, M. 2015).

En la seva compra els consumidors desitgen en el producte que adquireixen una bona relació qualitat-preu, sense tenir en compte cap de les condicions de fabricació, ni els impactes negatius de la seva producció. La gran part dels consumidors adquireix les seves peces de roba amb total desconeixement de la seva fabricació. Un cop adquirit el producte, el consumidor és el responsable de les accions que se li apliquen: rentat, assecat, rebuig i reciclatge (Biosca, 2016). El preu i la qualitat són factors significatius en la presa de decisions, mentre que els valors socials i emocionals es consideren importants però suplementaris (Chi, 2015). Diferents estudis afirmen que alguns consumidors, davant de la publicitat sobre les actuacions socialment responsables de les empreses, creen un impacte positiu en la decisió de compra (Ellen MacArthur Foundation, Mohr i Webb. 2000), i d'altres tenen un impacte nul o amb molt poca notorietat (Fernández, D. I Merino. A. 2015). Actualment està començant a sorgir una nova tendència en resposta a la cerca d'un consum més conscient, ètic i sostenible, coneguda com "*Guilt free consumption*", segons la qual davant l'impuls consumista, el consumidor experimenta un sentiment de culpa (Modaes, 2016). Segons l'estudi "Consumer attitudes and communication in circular fashion", realitzat a Finlàndia (Vehmas, K., Raudaskoski, A., Heikkilä, P., Harlin, A. I Mensonen, A., 2018), els joves componen el principal mercat objectiu del comerç de roba de segona mà. En aquest mercat els principals factors que s'hi tenen en compte són la qualitat, l'estil, i la comoditat. Els consumidors desitgen trobar una alta qualitat i una moda luxosa i elegant també de la roba de segona mà (Joy et al., 2012). Tot i que els consumidors estan interessats en tenir cura del final del cicle de vida, no estan realment interessats en l'inici del seu cicle de vida. Encara que els consumidors estiguin interessats en el medi ambient i en bones pràctiques, tenen coneixement de les condicions de treball durant la producció, i això no afecta la seva decisió de compra. És necessari cercar noves maneres de presentar més informació, d'una manera atractiva, per tal que els consumidors adquireixin més coneixement i desitgin comprar roba sostenible.

2.4. CONCLUSIONS MARC TEÒRIC

Després d'haver realitzat una recerca d'antecedents bibliogràfics de tot el tema que engloba la investigació, des de la situació actual de la indústria tèxtil i els seus impactes negatius que provoca tant econòmicament, socialment i mediambientalment, s'ha comparat el model lineal productiu amb el circular, donant força a l'economia circular en el sector tèxtil. En aquest model els consumidors poden decidir que la peça de roba es converteixi en un residu o evitar-ho, trobant alternatives, com per exemple el consum de segona mà. La majoria d'investigacions es basen més en el comportament ecològic dels consumidors respecte d'altres sectors, i d'altres estan enfocats en la fabricació i ús de roba sostenible d'origen reciclat. Aquesta escaleta permet realitzar la següent investigació amb l'objectiu d'analitzar la percepció dels consumidors de la ciutat de Mataró davant la roba de segona mà.

3. Objectius i hipòtesis

Com s'ha esmentat a l'apartat anterior, després de realitzar la cerca d'antecedents corresponent, trobar una bretxa d'investigació, es vol comprovar quina de les visions exposades en el marc teòric s'apropa més a la realitat. És per això que s'ha plantejat un estudi correlacional com a objectiu per analitzar la percepció que té el consumidor a la Ciutat de Mataró de les peces de roba de segona mà, plantejant així quatre hipòtesis:

H1- "Existeix relació entre la preocupació respecte al medi ambient i l'ús de peces de segona mà".

H2-"La percepció del consumidor de les peces de roba influeix a la hora de consumir roba de segona mà".

H3-"Existeix relació entre el nivell d'estudis dels consumidors i el consum de peces de segona mà"

H4-"Existeix relació entre el consum de peces de segona mà i la consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil".

4. Metodologia

4.1. Metodologia prevista

Per abordar els objectius i les hipòtesis plantejades de la investigació i tenint en compte que no s'han localitzat estudis previs aplicat al context específic on es vol dur a terme la investigació. Per tractar l'objectiu plantejat, és realitzarà la recollida de dades i per l'explotació de dades s'utilitzarà una metodologia quantitativa, per explicar les variables i quantificar les relacions entre elles, realitzant una enquesta d'elaboració pròpia, composta per 10 qüestions, algunes dicotòmiques, d'opció múltiple i d'escala de Likert. Per tal de poder obtenir la informació de l'enquesta, aquesta es realitzarà de manera personal i electrònica en el municipi de Mataró, la vuitena ciutat més gran de Catalunya (Cedó, F. 2019), amb 128.265 habitants, dades extretes de l'INE. L'enquesta es realitzarà amb una mostra d'alteració simple, amb la que s'aconsegueix una major exactitud científica, triant a l'atzar les persones que se'ls hi oferirà la possibilitat de respondre l'enquesta (Contraloria, 2012). Aplicant la fórmula per calcular la mostra representativa de la població, amb un nivell de confiança del 95% i un marge d'error del 5%, es necessiten 383 respostes. L'enquesta s'executarà durant els mesos d'abril i juny del 2020.

Fórmula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

N (Mida de la mostra)= 128.265

Z (Nivell de confiança)= 95%

P (Probabilitat d'èxit)= 0.5

Q (Probabilitat de fracàs)= 0.5

D (Precisió)= 5%

n=384

Encara que la mostra serà d'alteració simple i tots els habitants de Mataró tenen la mateixa probabilitat de ser seleccionats, únicament es treballarà amb persones majors de 18 anys, ja que, per la seva edat ja poden disposar de capacitat adquisitiva.

El municipi de Mataró es distribueix amb 11 barris (Centre, Eixample, Palau-Escorxador, Rocafonda, Vista Alegre, Molins, Cirera, la Llàntia, Cerdanyola, Peramàs i Pla d'en Boet)

Figura 2 .Distribució de la població per sexe i barris de Mataró

Distribució de la població per sexe i barris de Mataró. 1 de gener de 2019					
Barri	Homes	%	Dones	%	Total
Centre	2.271	48,49	2.412	51,51	4.683
Eixample	15.167	47,39	16.841	52,61	32.008
Palau-Escorxador	3.756	51,83	3.491	48,17	7.247
Rocafonda	6.039	52,23	5.523	47,77	11.562
Vista Alegre	3.756	50,11	3.739	49,89	7.495
Molins-Torner	2.871	48,79	3.013	51,21	5.884
Cirera	5.294	49,96	5.302	50,04	10.596
La Llàntia	2.003	49,30	2.060	50,70	4.063
Cerdanyola	15.946	51,12	15.248	48,88	31.194
Peramàs	3.799	47,92	4.129	52,08	7.928
Pla d'en Boet	2.767	49,14	2.864	50,86	5.631
MATARÓ	63.669	49,63	64.622	50,37	128.291

Font. Estudi de la població 2019 de Mataró, elaborat per el Servei d'Estratègia i Governança de l'Ajuntament de Mataró

A l'hora d'analitzar els resultats se segmentarà la població per barris i sexe, per tal de poder facilitar el tractament de les dades, tot i que aquesta agrupació no serà una mostra representativa d'aquestes variables.

Abans de realitzar l'enquesta definitiva a la mostra es va portar a terme un testeig de l'enquesta (Annex 1) a 8 habitants per observar els errors que podien existir.

L'enquesta esta estructurada per classificar les respostes en variables sociodemogràfiques o de consciència ambiental.

4.2. Metodologia emprada

A l'apartat anterior s'ha exposat una metodologia prevista per abordar els objectius i les hipòtesis plantejades de la investigació, però ha calgut adaptar-la a la situació actual. Degut al COVID-19, pel qual l'11 de març de 2020 l'OMS va passar a considerar-se una pandèmia mundial en lloc d'una epidèmia, la població mundial s'ha vist afectada per una sèrie de restriccions i mesures, com ara el confinament. Per aquest motiu la metodologia exposada amb anterioritat ha resultat un impediment per dur a terme les enquestes de manera presencial, pel que s'ha procedit a emprar una metodologia diferent. Finalment l'enquesta s'ha portat a terme de manera electrònica, accedint a la gent via correu electrònic, a través de la plataforma professional LinkedIn, des d'on s'ha accedit a grups de Mataró, facilitant l'enquesta a 600 persones. Aquesta metodologia, alhora, ha sigut un impediment per arribar equitativament als diferents barris de Mataró. A mesura que s'han anat realitzant les enquestes i vistos els resultats, s'ha creat la taula de la figura 3, per poder calcular exactament la mostra que podríem utilitzar i el barri que podríem tractar per tal que la mostra fos representativa. Finalment s'ha treballat amb un nivell de confiança del 93% i un marge d'error del 7% exclusivament del barri del centre de Mataró, on es necessiten 189 respostes, l'enquesta s'ha executat durant els mesos d'abril – juny del 2020.

Aquesta elecció es deu a que un 70% de la mostra pertany al barri del Centre. El segon barri amb més enquestats ha estat l'Eixample, encara que no arriba al 10%, igual que la resta de barris. Com es pot observar a la taula figura 3 s'ha realitzat una comparació per decidir amb quina mostra era millor treballar. Finalment es decideix treballar amb el barri del Centre, que representa un 4% de la població. De manera contrària, si haguéssim utilitzat la mostra sencera de tota la població de Mataró, únicament representaria un 0,2%.

Taula per determinar el valor de la mida de la mostra

Valors determinats											
Confiança	95%										
GRUP 1	4683	N1									
GRUP 2	32008	N2									
POBLACIÓ TOTAL	128265	N									
Estimació mida de la mostra (segons el nivell d'error dispostos a assumir)											
<i>Per total dels microcrèdits</i>											
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Mida de la població que s'estudia	128265	128265	128265	128265	128265	128265	128265	128265	128265	128265	128265
Z (per a confiança 95%)	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96
Error assumit	0,01	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09	0,1	0,11	0,12	0,15	0,0275
Mostra necessària	8935,0	383,0	266,2	195,7	149,9	118,5	96,0	79,3	66,7	42,7	1257,5
% SOBRE POBLACIÓ	7,0%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	1,0%
<i>Per a GRUP1</i>											
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Mida de la població que s'estudia	4683	4683	4683	4683	4683	4683	4683	4683	4683	4683	4683
Z (per a confiança 95%)	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96
Error assumit	0,01	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09	0,1	0,11	0,12	0,15	0,25
Mostra necessària	3148,2	355,1	252,5	188,2	145,4	115,7	94,1	78,1	65,8	42,3	15,3
% SOBRE POBLACIÓ	67,2%	7,6%	5,4%	4,0%	3,1%	2,5%	2,0%	1,7%	1,4%	0,9%	0,3%
<i>Per a GRUP2</i>											
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Mida de la població que s'estudia	32008	32008	32008	32008	32008	32008	32008	32008	32008	32008	32008
Z (per a confiança 95%)	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96	1,96
Error assumit	0,01	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09	0,1	0,11	0,12	0,15	0,25
Mostra necessària	7387,6	379,6	264,6	194,8	149,4	118,1	95,8	79,2	66,6	42,6	15,4
% SOBRE POBLACIÓ	23,1%	1,2%	0,8%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%
Suma de mida de 2 submostres	10535,8	734,7	517,0	383,0	294,8	233,8	189,9	157,2	132,3	84,9	30,7

Figura 3. Taula per determinar el valor de la mida de la mostra. Elaboració pròpia.

Respecte a les hipòtesis, per la H1- "Existeix relació entre la preocupació respecte al medi ambient i l'ús de peces de segona mà", realitzarem un test de comparació de mitjanes per cada un dels factors agrupats dins la qüestió de la preocupació ambiental (emissions de CO₂, contaminació (terra, aigua i aire), esgotaments dels recursos naturals i generació de residus), i posteriorment una correlació amb l'ús de peces de segona mà.

Per valorar el nivell de preocupació ambiental de la mostra s'ha utilitzat la tècnica de Likert, ja que permet mesurar les actituds a través de les manifestacions verbals (Pérez, López, 1985). Els enquestats responen en funció de quatre categories:

- 1 Cap preocupació
- 2 Poca preocupació
- 3 Bastanta preocupació
- 4 Molta preocupació

Abans de realitzar la comparació de mostres realitzarem la mitjana on la puntuació dels entrevistats a l'escala total serà la suma dels valors numèrics assignats a cada una de les categories escollides (Pérez, López, 1985), i així poder trobar una mitjana a escala de tots els enquestats.

Pel que fa a la H2-“La percepció del consumidor de les peces de roba influeix a la hora de consumir roba de segona mà”, es crearà una taula de freqüència per poder analitzar quins són els primers tres atributs més seleccionats per la població, els segons més seleccionats i els tercers, i així poder realitzar una agrupació de tres atributs per nivell de resposta i realitzar una correlació amb el fet de comprar o no comprar roba de segona mà.

Per la tercera hipòtesi, H3-“Existeix relació amb el poder adquisitiu dels consumidors i el consum de peces de segona mà”, es realitzarà un anàlisi descriptiu amb la informació de l'estudi de la població que pertany al centre de Mataró.

I per la quarta hipòtesi, H4-“Existeix relació amb el consum de peces de segona mà i la consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil”, es crearà una taula de contingència per saber si existeix o no existeix relació entre les variables.

Finalment, com a resultat, es pretén definir un perfil de comprador d'articles de roba de segona mà, i el seu contrari, un comprador únicament d'articles nous (no usats).

5. Anàlisi de dades

Un cop realitzades les enquestes a 194 habitants a través de Google Forms, les dades s'han exportat a un arxiu Excel, per tal de dur a terme el seu tractament. Un cop realitzada una neteja de la base de dades, on s'eliminen 14 respostes que representen el 7% d'error (p.ex. alguna persona fora de Mataró havia realitzat l'enquesta), s'utilitza el programa R Commander per poder extreure les conclusions de la investigació.

Inicialment es procedeix a realitzar una organització i descripció de les dades emprant l'estadística descriptiva i una correlació entre dades. Les conclusions extretes dels

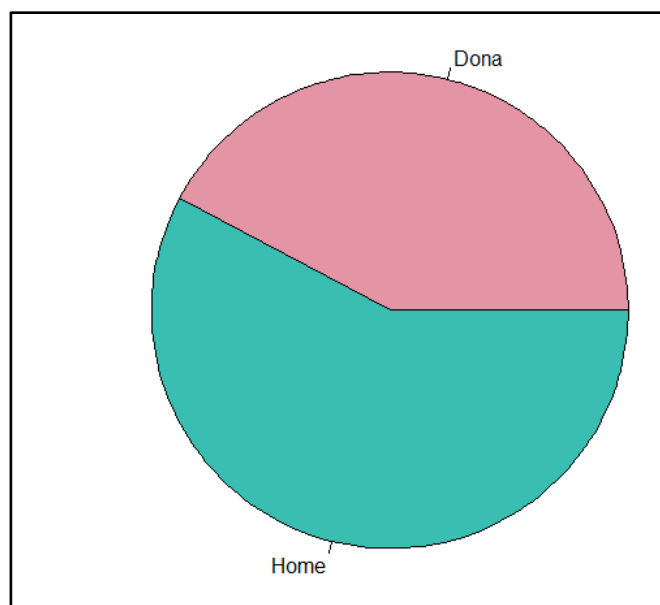
resultats es podran generalitzar a tota la població de Mataró, i amb la correlació es vol conèixer si existeix relació entre les variables de les hipòtesis plantejades.

5.1. Anàlisi descriptiva

En aquesta primera fase de l'anàlisi estudiarem les relacions entre les variables i així determinar el model que millor s'ajusta a les dades, originant una anàlisi exploratòria (Fundamentos de Investigación en Psicología, Fontes de Gracia, Sofía; García-Gallego, Carmen; Quintanilla Cobián, Laura; Rodríguez Fernández, Raquel; Rubio de Lemus, Pilar; Sarriá Sánchez, Encarnación, 2010). A continuació podrem tractar les dades i aplicar-les metodològicament a través de l'estadística d'inferència amb major eficàcia i amb l'objectiu de conèixer millor la nostra mostra.

El primer pas és comentar la proporció de dones i homes dins de la mostra. Tal i com es mostra al gràfic 4, dels 178 resultats el 42,19% són dones i el 57,81% són homes. Per tant, podem dir que la distribució per sexe és bastant equitativa.

Distribució per sexe de la mostra

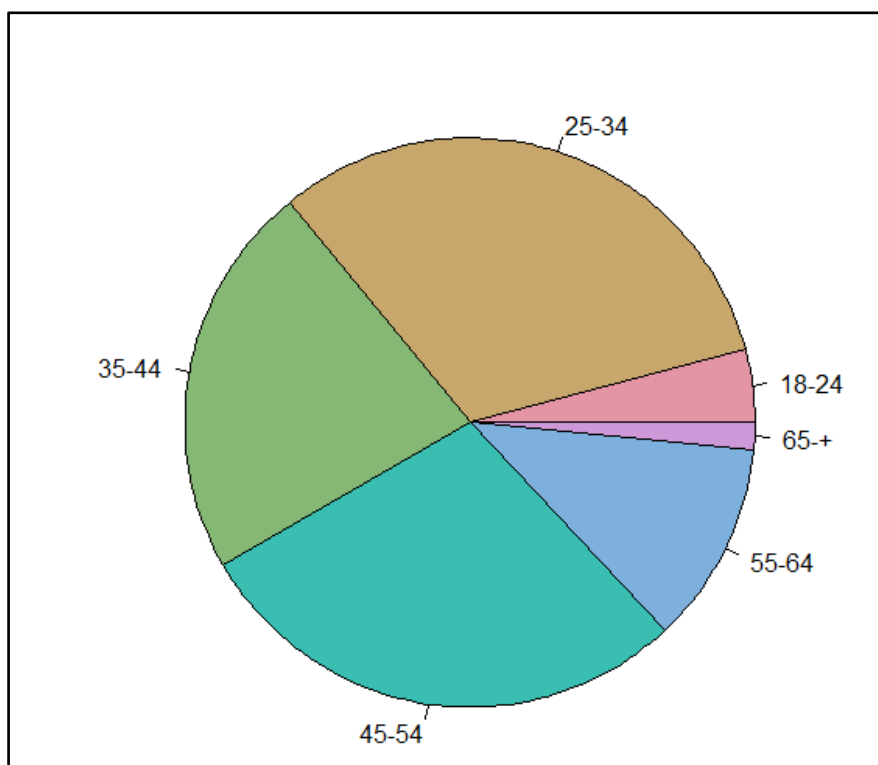


Gràfic 4. Distribució per sexe de la mostra. Elaboració pròpia.

Una altra de les característiques generals de la classificació i descripció de la mostra és l'edat. S'han analitzat individus entre els 18 i 65 anys. La mitjana d'edat s'engloba dins del rang 25-34 anys. Els diferents rangs d'edat es distribueixen tal i com es mostra a la taula. Observem que el segon grup d'edat més elevat és el de 45-54 anys, seguit del rang 35-44 anys. Els rangs d'edat amb més diferència és el de 65-+ anys, amb un 1,56% i el de 18-24 anys, representant tan sols un 4,17% de la mostra.

Edat	%
18-24	4,17%
25-34	31,77%
35-44	22,40%
45-54	28,65%
55-64	11,46%
65-+	1,56%

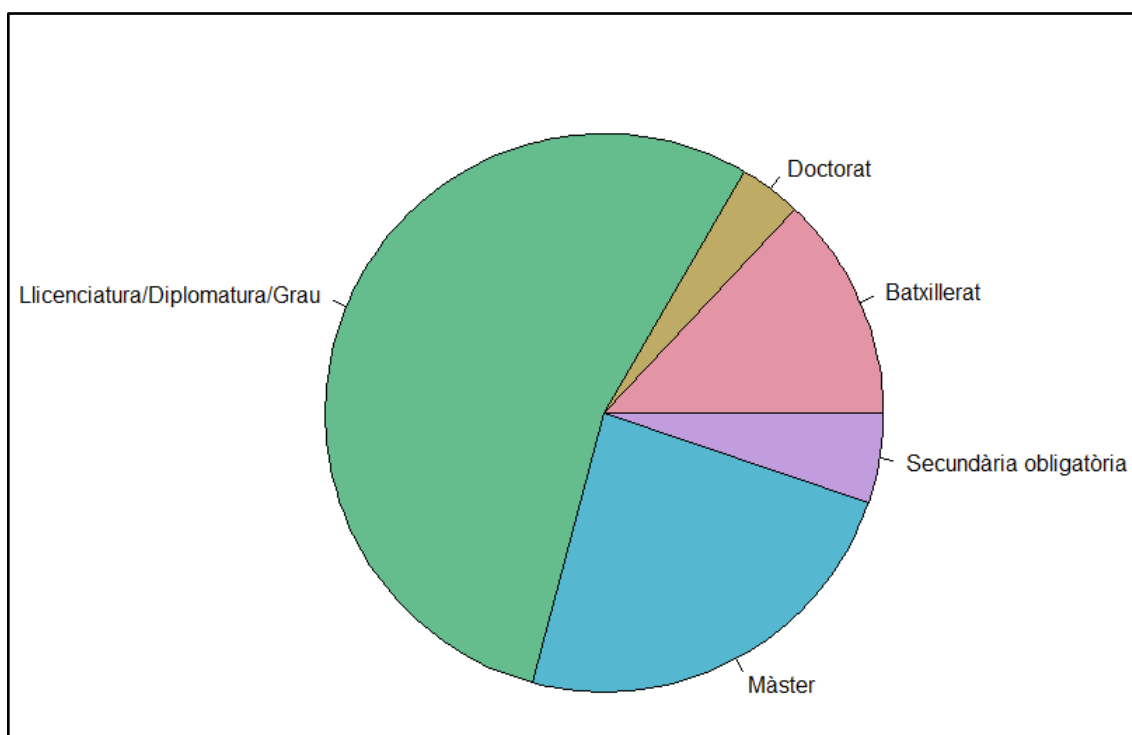
Distribució per edat de la mostra



Gràfic 5. Distribució per edat de la mostra. Elaboració pròpia.

Una altra de les característiques generals de la mostra és el nivell d'estudis cursats pels enquestats. El gràfic 6 mostra com es distribueixen els enquestats en base al nivell d'estudis. Un 54,17% de la mostra ha cursat una llicenciatura/diplomatura/grau, seguidament d'un màster amb un 23,96%.

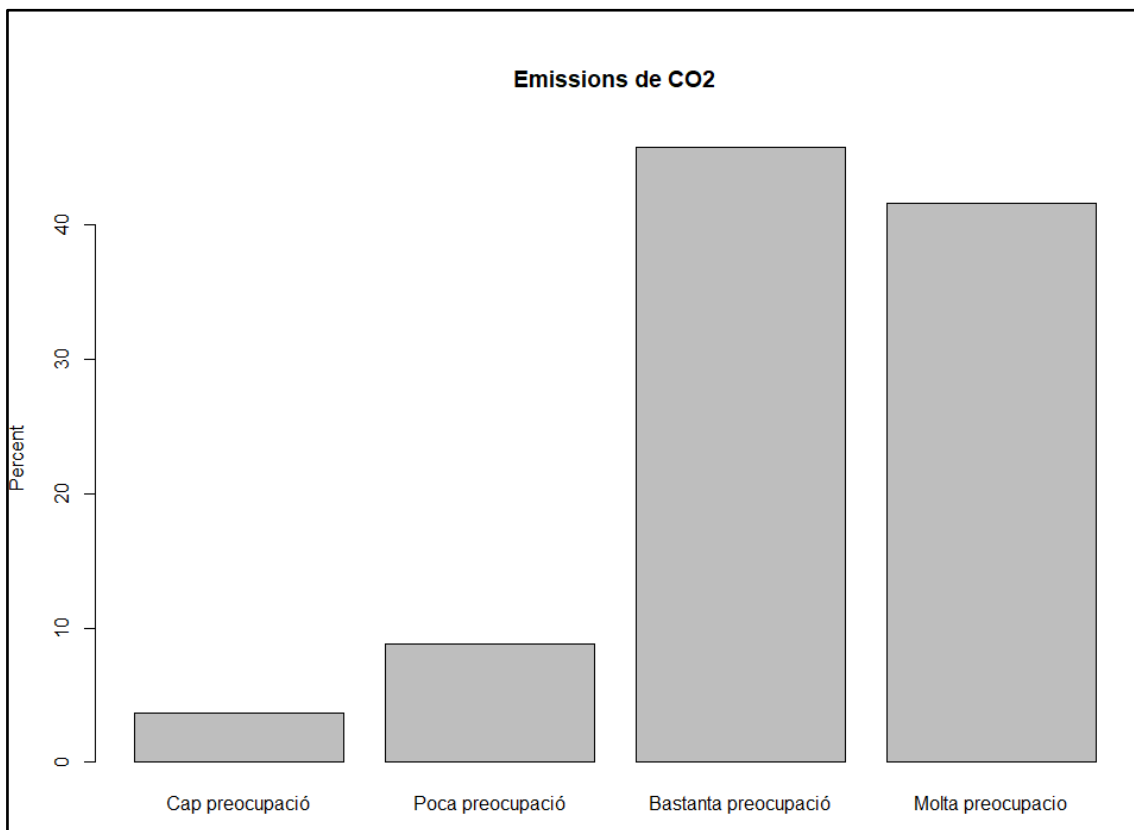
Distribució per estudis de la mostra



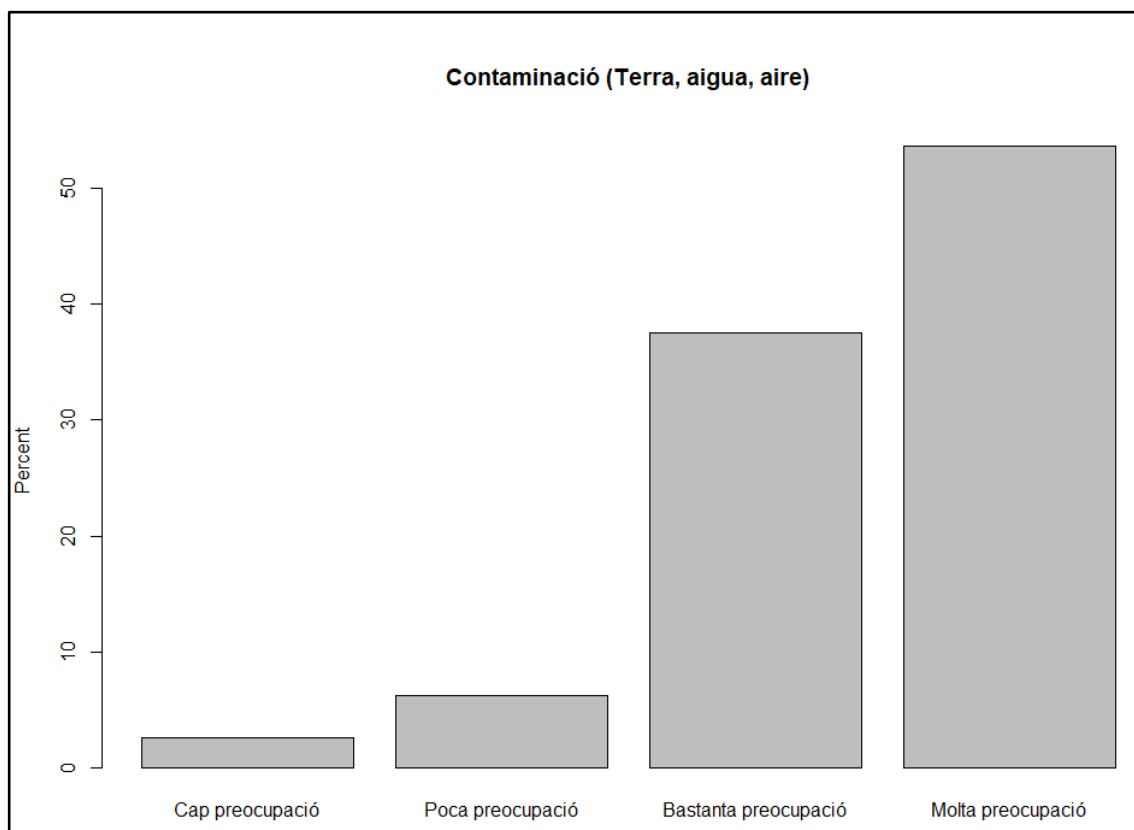
Gràfic 6. Distribució per estudis de la mostra. Elaboració pròpia.

Nivell de preocupació ambiental

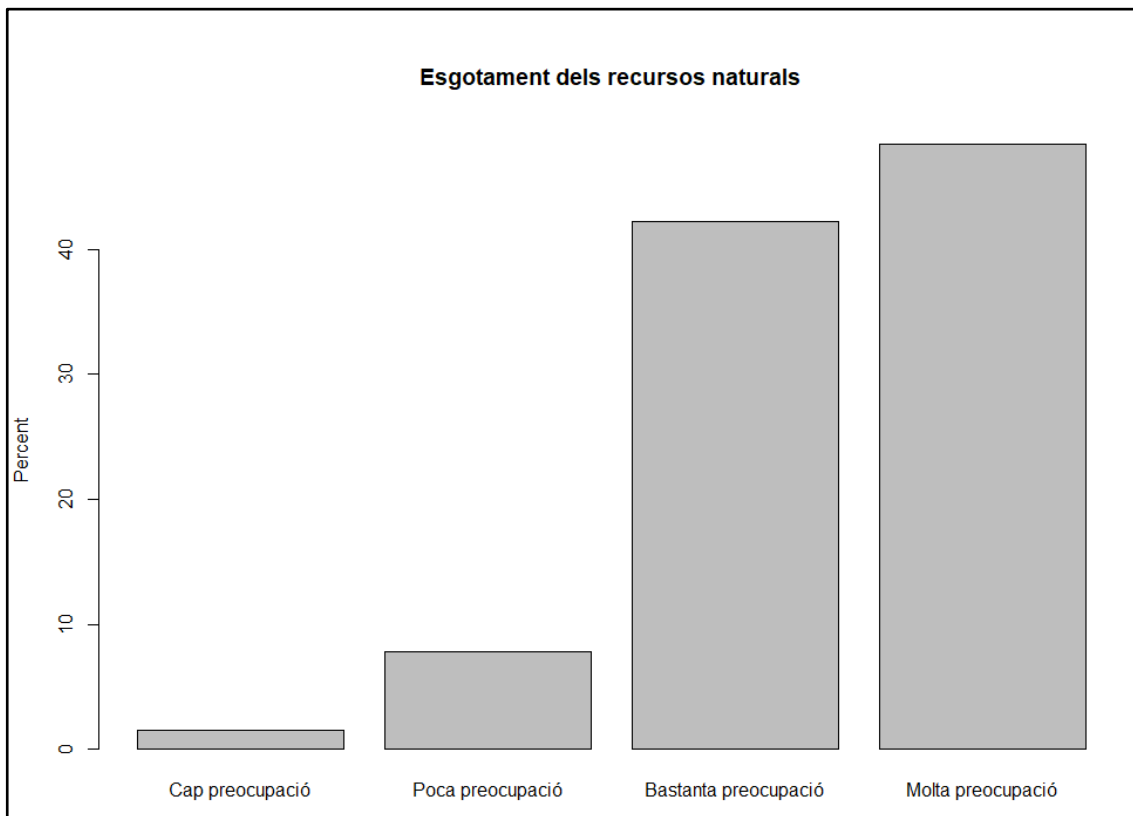
Per analitzar el nivell de preocupació ambiental hem utilitzat com a eina l'escala de Likert, que ens ha donat els següents resultats: 3,25 en emissions de CO₂, 3,422 en contaminació, 3,37 en esgotament de recursos naturals, i 3,35 en la generació de residus. Amb aquesta informació es pot afirmar que la població té un alt grau de preocupació pel medi ambient, essent l'esgotament dels recursos naturals la major preocupació, encara que cap dels diferents factors és inferior a 3.



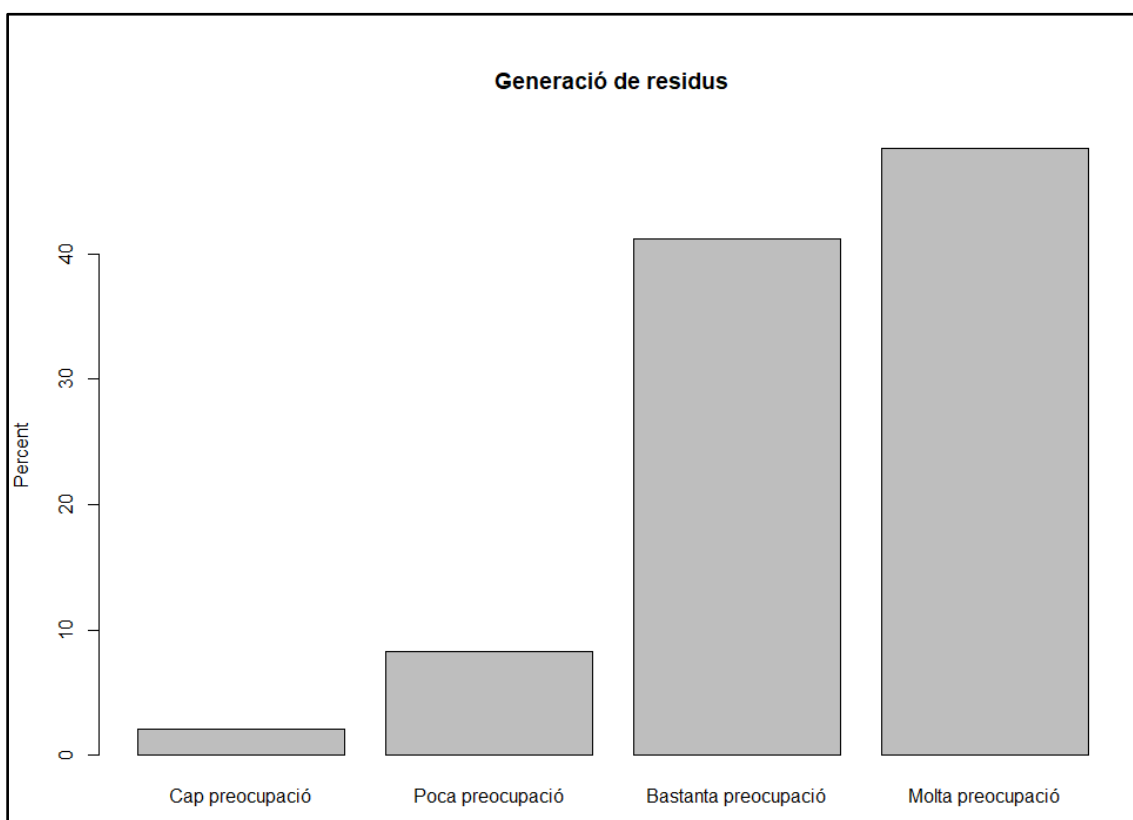
Gràfic 7. Nivell preocupació emissions de CO2. Elaboració pròpia.



Gràfic 8. Nivell preocupació de contaminació (terra, aigua i aire). Elaboració pròpia.



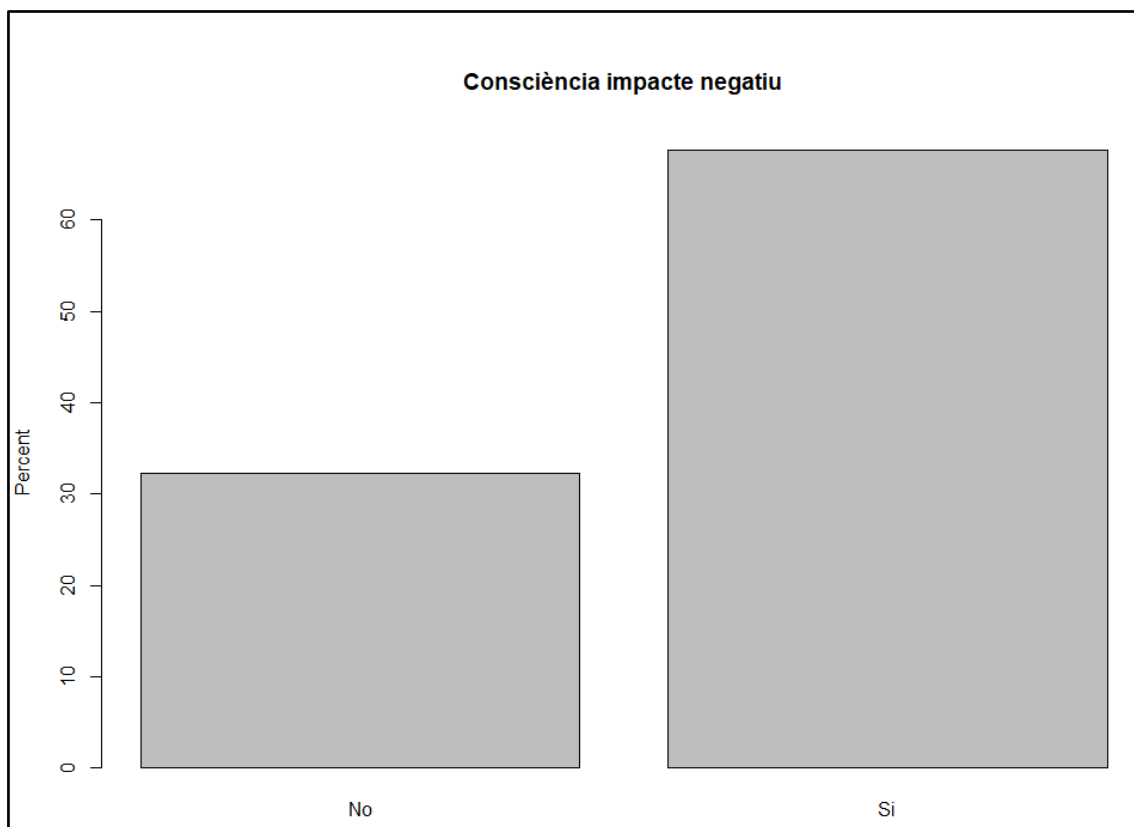
Gràfic 9. Nivell preocupació dels esgotaments dels recursos naturals. Elaboració pròpia.



Gràfic 10. Nivell preocupació generació de residus. Elaboració pròpia.

Indica si tens consciència o no de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil

Pel que fa a la consciència de l'impacte negatiu que provoca la indústria tèxtil podem observar que la mitjana afirma tenir informació d'aquests impactes negatius, amb 130 individus han afirmat que sí que en tenen i 62 individus han negat tenir consciència.



Gràfic 11. Consciència impacte negatiu. Elaboració pròpia.

Fase més contaminant de la indústria tèxtil

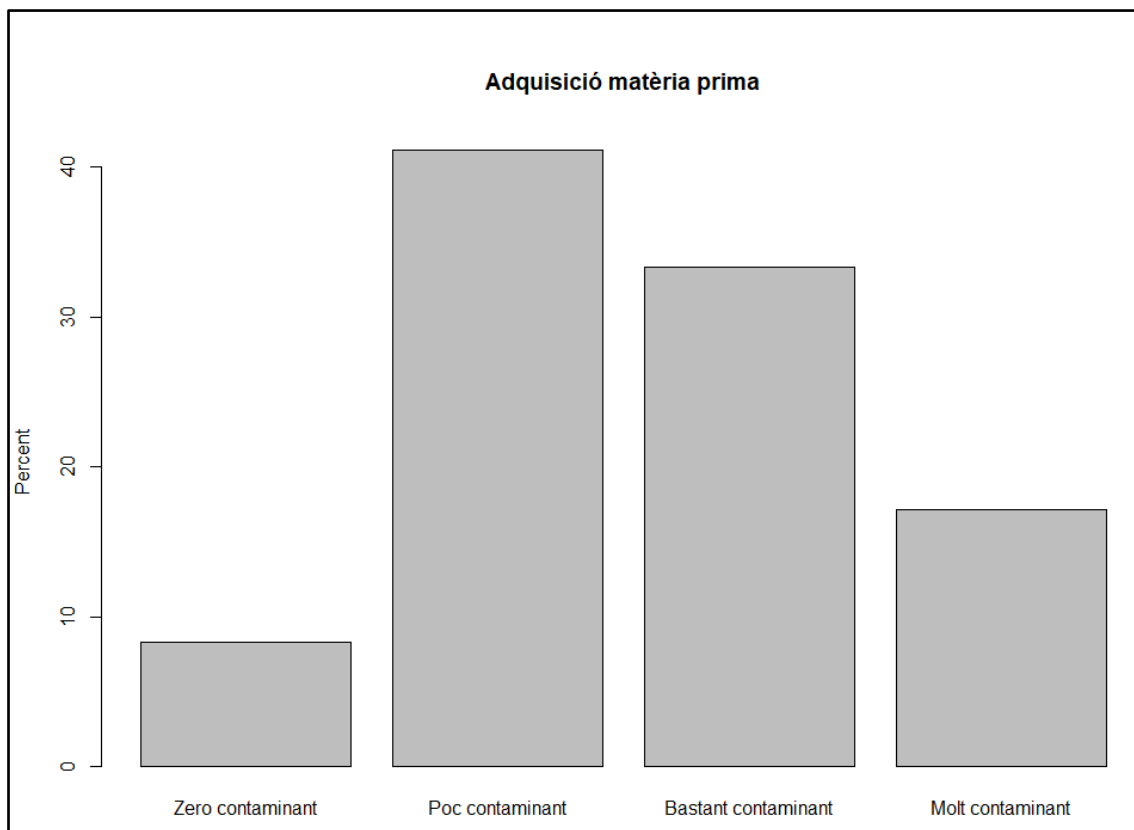
Adquisició de matèries primeres té una mitjana de 2,59

Producció 3,19

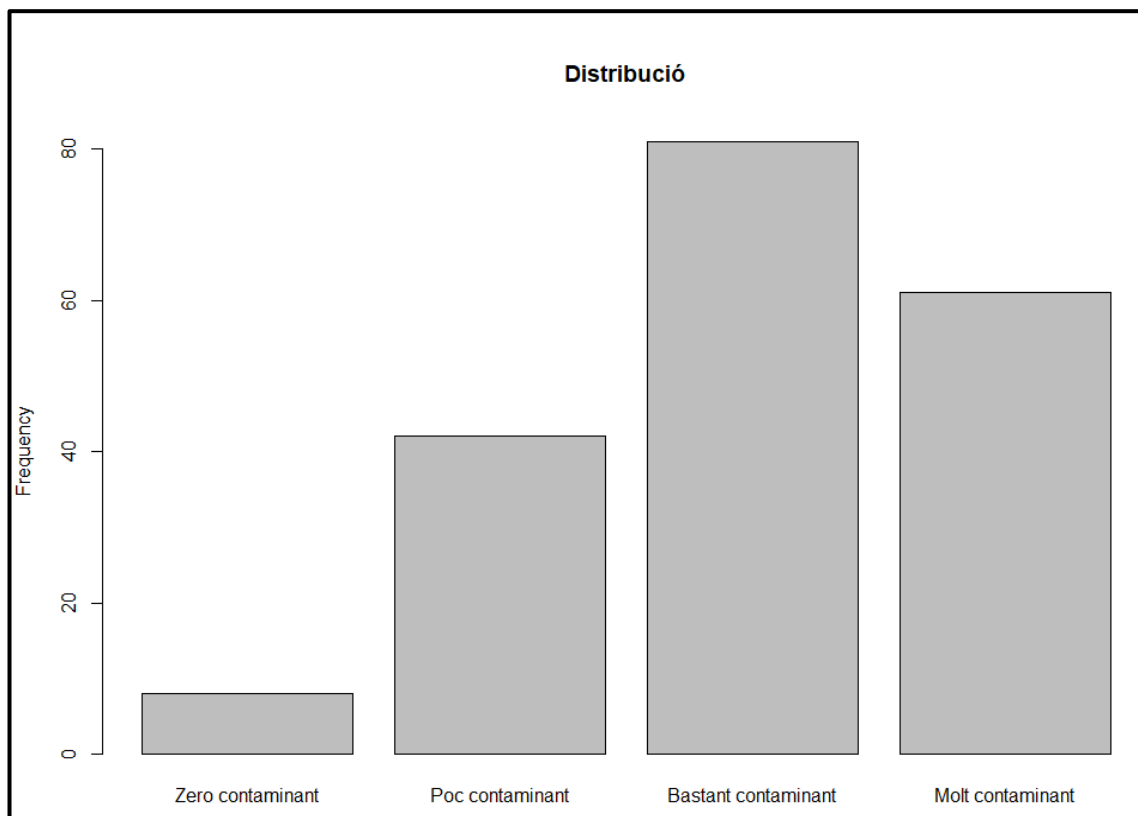
Distribució 3,02

Ús de la roba un cop adquirida 2,85

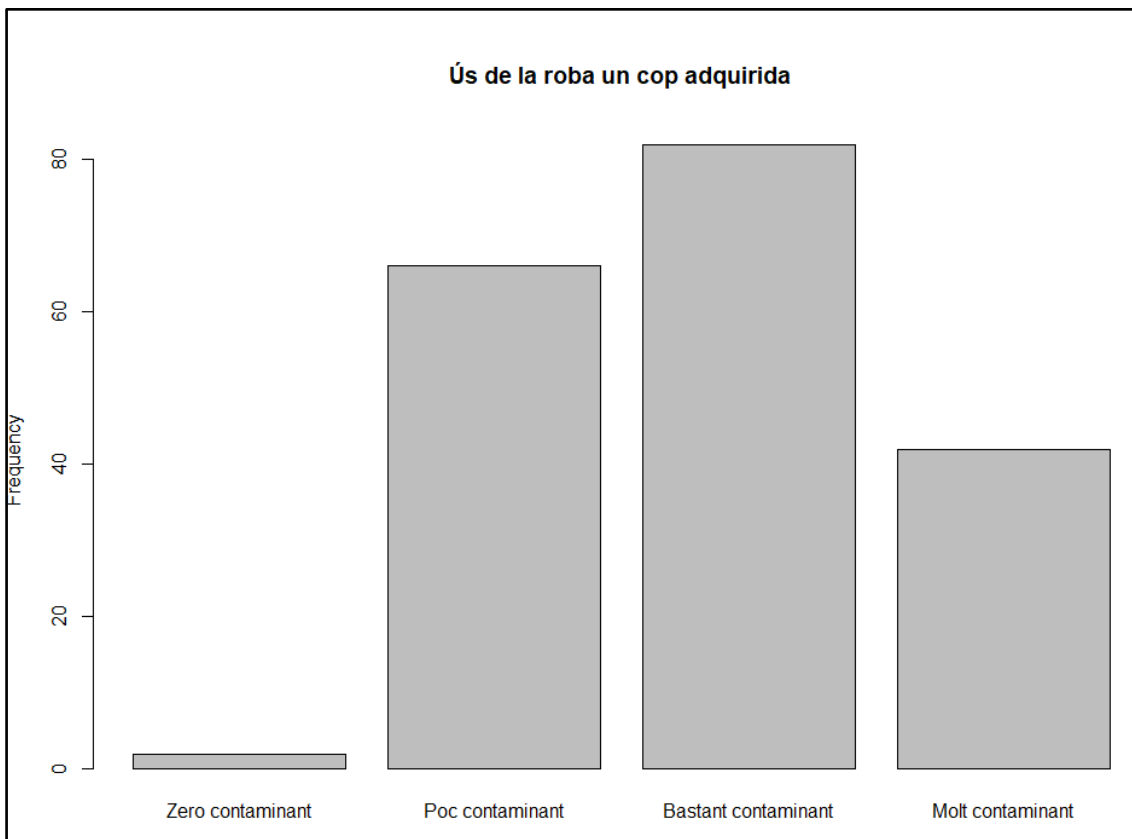
Fi ús de la roba 2,85



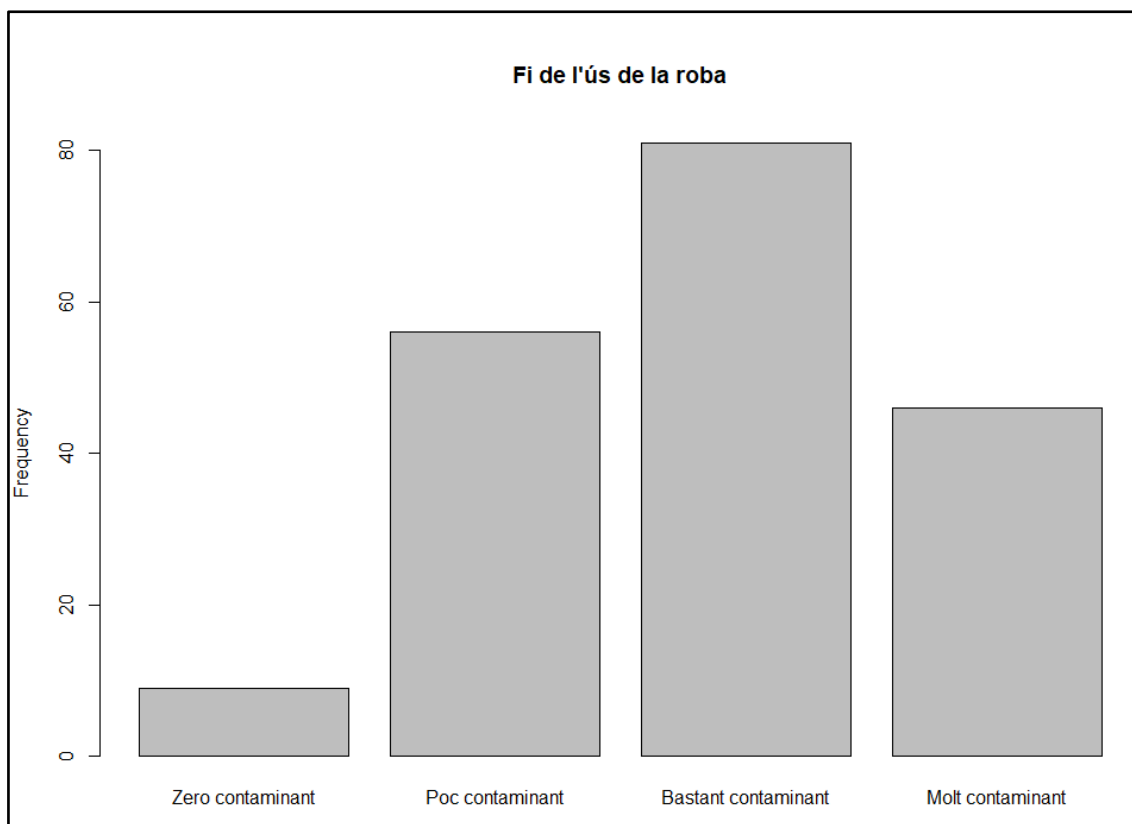
Gràfic 12. Fases més contaminants. Elaboració pròpia.



Gràfic 13. Fases més contaminants. Elaboració pròpia.



Gràfic 14. Fases més contaminants. Elaboració pròpia.

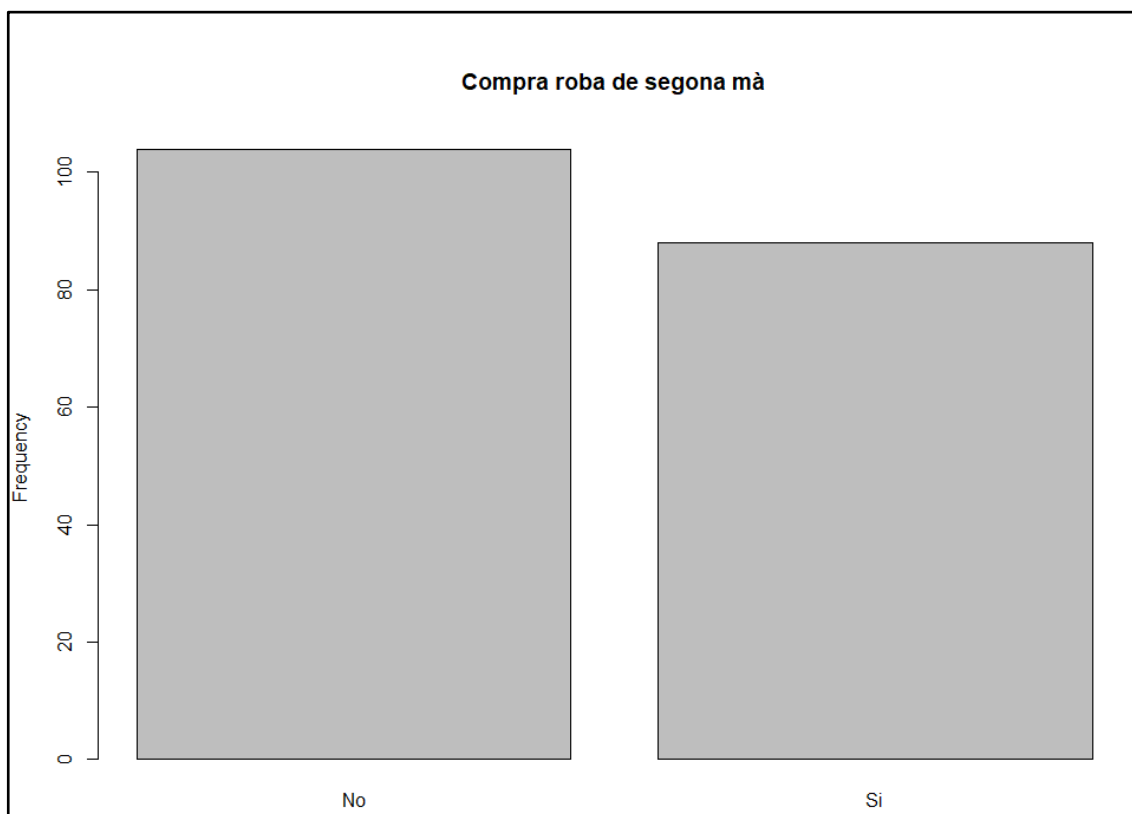


Gràfic 15. Fases més contaminants. Elaboració pròpia.

En termes de consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil la població opina que la fase de producció és la més contaminant, seguida de la fase de distribució. Les altres fases es consideren que tenen un menor impacte negatiu (fi d'ús de la roba, adquisició de matèries primeres i manteniment un cop adquirida). Inicialment, aquí ja es pot observar com el nivell de preocupació dels residus és el menys elevat i, a la vegada, que la població disposa de poca informació sobre la fase de fi d'ús de la roba.

Indica si has comprat roba de segona mà alguna vegada

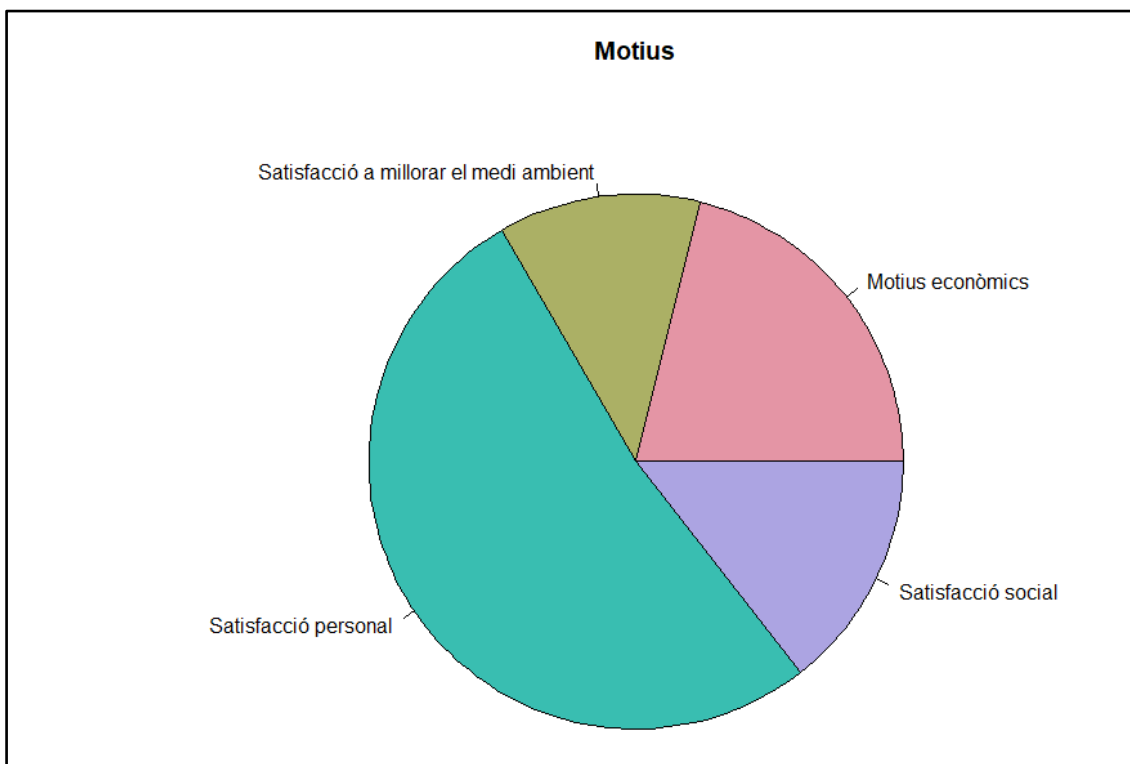
En aquest cas observem que una gran quantitat de la mostra ha afirmat que mai ha comprat roba de segona mà, essent el 54,6% i un 37,8% l'han adquirida de manera ocasional. Podem observar, per tant, que encara que es mostri un alt nivell de preocupació pel medi ambient i una alta consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil, això no és suficient per que el consumidor adquireixi roba de segona mà.



Gràfic 16. Compra roba de segona mà. Elaboració pròpia.

Indica el motiu pel qual adquireixes roba de segona mà

En aquesta qüestió podem exposar que dels 88 individus que han adquirit roba de segona mà, ho han realitzat per la seva satisfacció personal, i no ho han fet per una voluntat de millora del medi ambient.



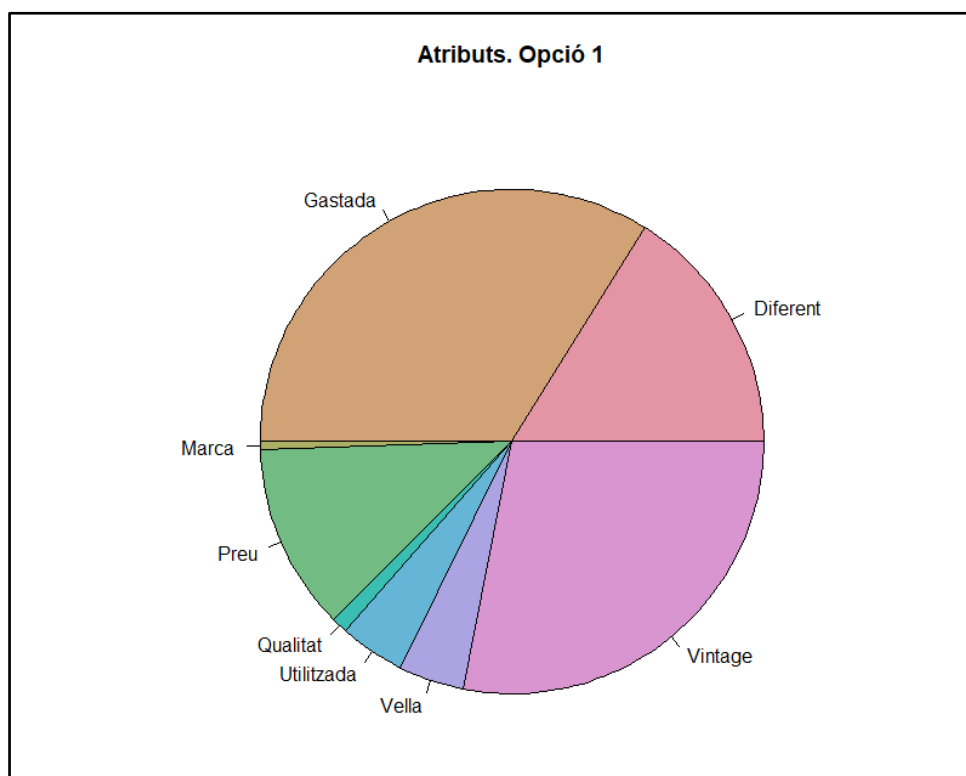
Gràfic 17. Motius. Elaboració pròpia.

Atributs

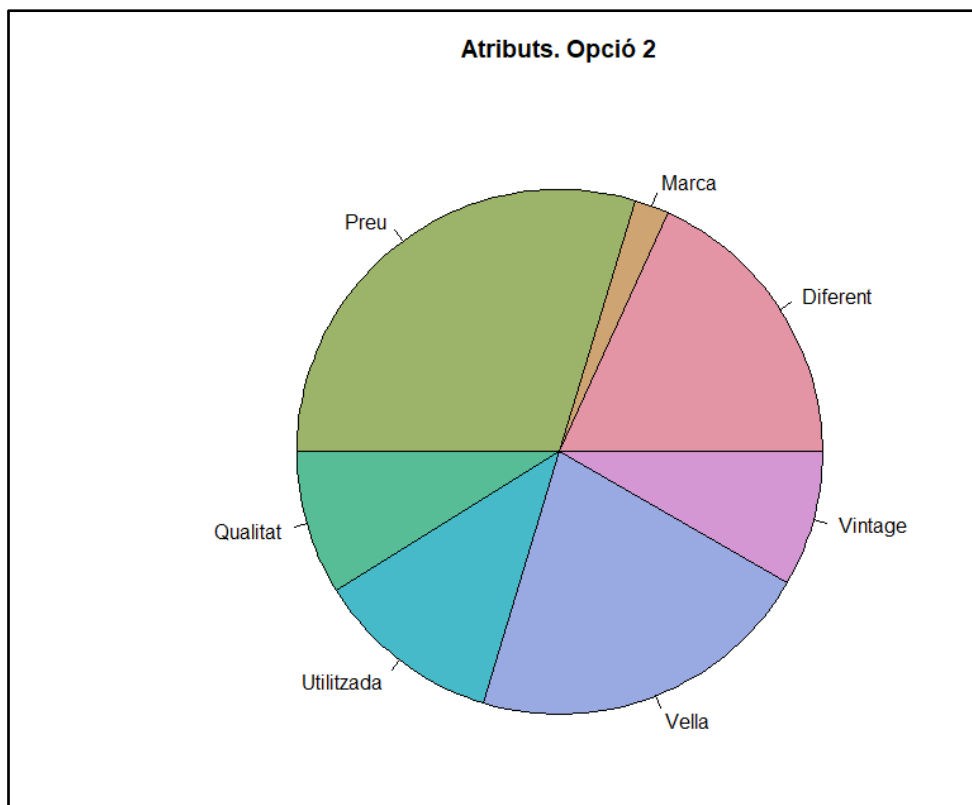
Dels vuit atributs seleccionarem les tres opcions més valorades pels individus de la mostra. Dins de cada una de les tres opcions res més seleccionats. Per tant, com es pot observar a la taula X, els atributs més relacionats com a primera opció amb la roba de segona mà són roba gastada, vintage i diferent. Com a segona opció, Preu, Vella i diferent. I finalment com a tercera Utilitzada, Preu i Qualitat.

Atributs	1	2	3
Diferent	16,15%	18,23%	11,46%
Gastada	33,85%	0,00%	5,21%
Marca	0,52%	2,08%	9,38%
Preu	11,98%	29,69%	23,44%
Qualitat	1,04%	8,85%	14,58%
Utilitzada	4,17%	11,46%	30,21%
Vella	4,17%	21,35%	3,65%
Vintage	28,12%	8,33%	2,08%

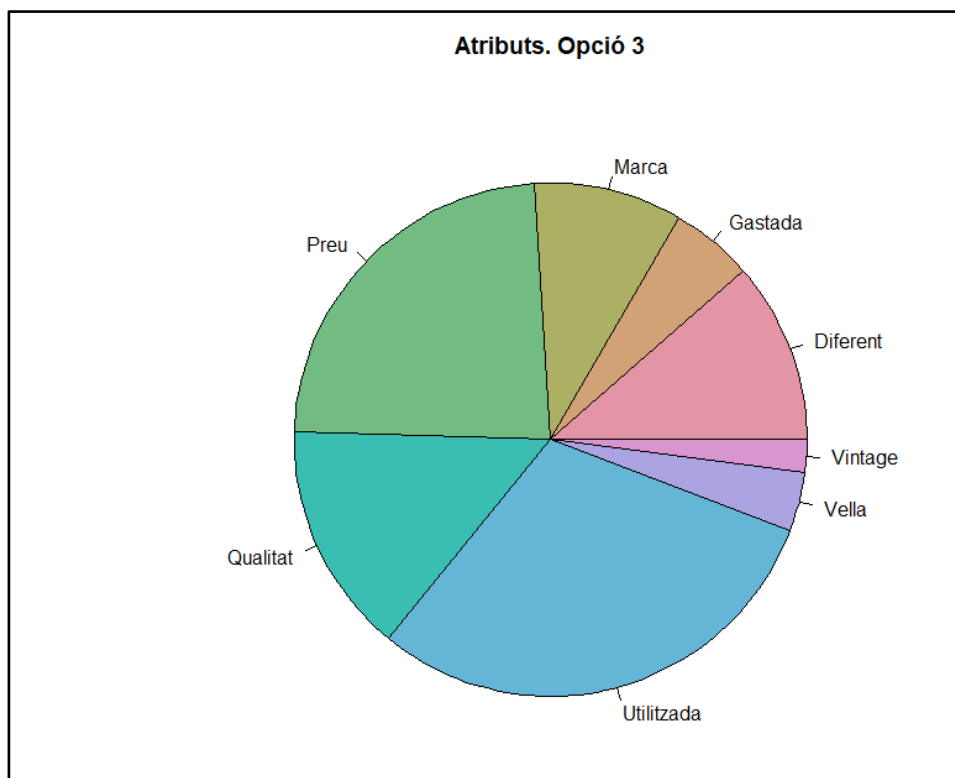
Gràfic 18. Classificació d'atributs. Elaboració pròpia.



Gràfic 19. Classificació d'atributs. Elaboració pròpia.



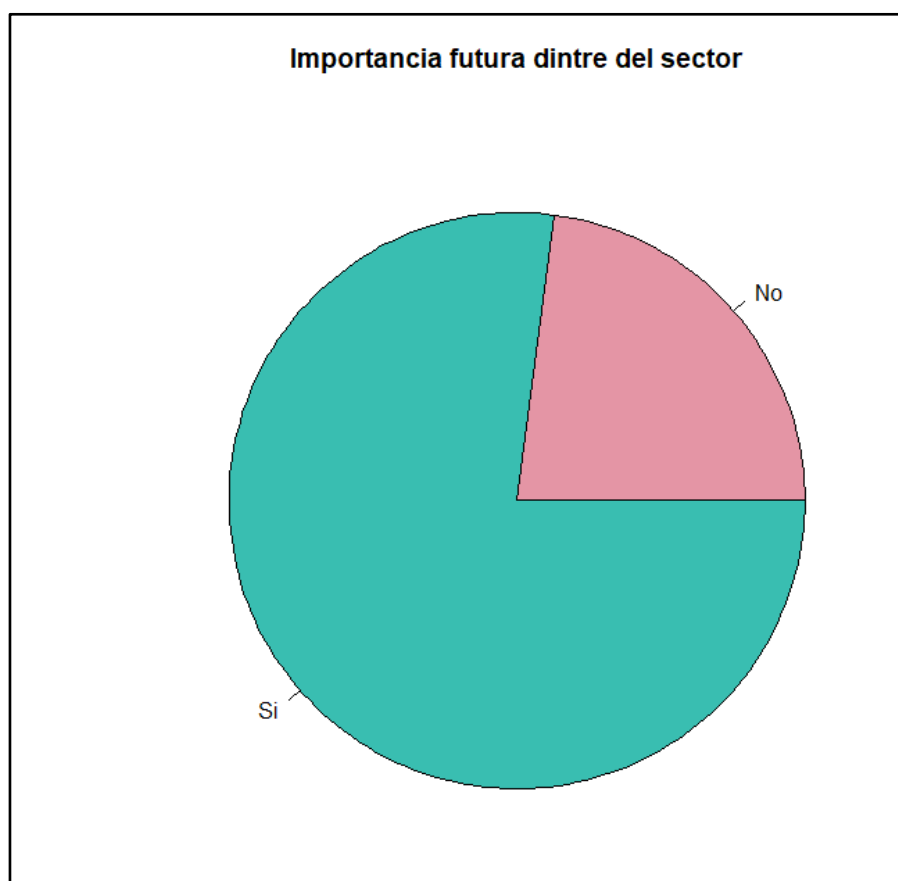
Gràfic 20. Classificació d'atributs. Elaboració pròpia.



Gràfic 21. Classificació d'atributs. Elaboració pròpia.

La roba de segona mà hauria de tenir un paper més important dins del sector

Del total d'individus 148 afirmen que la roba de segona mà hauria de tenir un paper més destacat dins del sector de la moda.



Gràfic 22. Importància futura dintre del sector. Elaboració pròpia.

5.2. Anàlisi inferencial

Després de conèixer la informació general sobre la mostra, el següent pas és analitzar els resultats que són objectiu de la investigació amb el programa R-commander.

H1- "Existeix relació entre la preocupació respecte al medi ambient i l'ús de peces de segona mà", per poder analitzar les dades partint d'aquesta hipòtesi de l'estudi formulem la hipòtesi nul·la i la alternativa.

H0= La preocupació respecte el medi ambient no influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

H1= La preocupació respecte el medi ambient influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

Es procedeix a realitzar el tractament de les dades de manera individual per cada factor, realitzant la Chi-quadrada:

Emissions de CO2

```
Frequency table:
                                X.Emissions.de.CO2.
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada. Cap preocupació Poca preocupació Preocupació Molta preocupació
                                No              7              11              50              36
                                Si               0              6              38              44

Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 9.6406, df = 3, p-value = 0.02188
```

Figura 23.Taula de contingència Emissions de Co2 – obtenció de roba de segona mà

$0.02188 < 0.07$

Amb un 95% de confiança hi ha evidències per confirmar que hi ha una relació entre la preocupació de les emissions del CO2 i la compra de peces de segona mà.

Contaminació (Terra, aigua, aire)

```
Frequency table:
X.Contaminació..terra..aigua.i.aire..
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada. Cap preocupació Poca preocupació Preocupació Molta preocupació
No 5 11 41 47
Si 0 1 31 56

Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 14.274, df = 3, p-value = 0.002554
```

Taula de contingència Contaminació (Terra, aigua i aire) – obtenció de roba de segona mà

0.002554 < 0.07

Amb un 95% de confiança hi ha evidències per confirmar que hi ha una relació entre la preocupació de les contaminació i la compra de peces de segona mà.

Esgotament dels recursos naturals

```
Frequency table:
X.Esgotament.dels.recursos.naturals.
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada. Cap preocupació Poca preocupació Preocupació Molta preocupació
No 3 10 48 43
Si 0 5 33 50

Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 6.6844, df = 3, p-value = 0.08267
```

Taula de contingència Esgotament dels recursos naturals – obtenció de roba de segona mà

0.08267 > 0.07

Amb un 95% de confiança hi ha evidències per confirmar que no hi ha relació entre la preocupació dels esgotaments dels recursos naturals i la compra de peces de segona mà.

Generació de residus

```
Frequency table:
X.Generació.de.residus.
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada. Cap preocupació Poca preocupació Preocupació Molta preocupació
No 3 14 49 38
Si 1 2 30 55

Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 16.458, df = 3, p-value = 0.0009133
```

Taula de contingència generació de residus – obtenció de roba de segona mà

0.0009133<0.07

Amb un 95% de confiança hi ha evidències per confirmar que hi ha relació entre la preocupació dels esgotaments dels recursos naturals i la compra de peces de segona mà.

Respecte la següent hipòtesi del projecte.

H2-“La percepció del consumidor de les peces de roba influeix a l'hora de consumir roba de segona mà”.

Per poder analitzar les dades partint d'aquesta hipòtesi de l'estudi formulem la hipòtesi nul·la i la alternativa.

H0= La percepció del consumidor de les peces de roba de segona mà no influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

H1= La percepció del consumidor de les peces de roba de segona mà influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

Atributs	1	2	3
Diferent	16,15%	18,23%	11,46%
Gastada	33,85%	0,00%	5,21%
Marca	0,52%	2,08%	9,38%
Preu	11,98%	29,69%	23,44%
Qualitat	1,04%	8,85%	14,58%
Utilitzada	4,17%	11,46%	30,21%
Vella	4,17%	21,35%	3,65%
Vintage	28,12%	8,33%	2,08%

Un cop els enquestats han seleccionat els tres atributs que més relacionen amb la roba de segona mà, podem realitzar diferents agrupacions. Els atributs més seleccionats són: Gastada, Vintage i Diferent; Preu, Vella i Diferent; Utilitzada, Preu i Qualitat

```
Frequency table:
                Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
Atribut.1      No Si
Diferent       9 22
Gastada        56 9
Marca          0 1
Preu           10 13
Qualitat       1 1
Utilitzada     5 3
Vella          8 0
Vintage        15 39

                Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 59.071, df = 7, p-value = 2.313e-10
```

$2.313e-10 < 0.07$ Rebutjo H_0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que influeix en l'adquisició de roba de segona mà.

```
Frequency table:
                Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
Atribut.2      No Si
Diferent       10 25
Marca          3 1
Preu           26 31
Qualitat       4 13
Utilitzada     12 10
Vella          36 5
Vintage        13 3

                Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 41.457, df = 6, p-value = 0.0000002353
```

$0.0000002353 < 0.07$ Rebutjo H_0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que els atributs seleccionats a l'opció 2 influeixen en la adquisició de roba de segona mà.

```
Frequency table:
                Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
Atribut.3      No Si
Diferent       18 4
Gastada         5 5
Marca           3 15
Preu            18 27
Qualitat        9 19
Utilitzada     44 14
Vella           5 2
Vintage         2 2

                Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 38.014, df = 7, p-value = 0.000003011
```


0.000003011<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que els atributs seleccionats a l'opció 3 influeixen en la adquisició de roba de segona mà.

Paral·lelament s'ha creat una variable dicotòmica per cada atribut per realitzar el tractament de cadascun individualment.

A1_Vella

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A1_Vella Si No
      Si   4 46
      No  84 58
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 5.904e-11
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 0.0150771 0.1798960
sample estimates:
odds ratio
0.06083943
```

0.904e-11<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut vella influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A2_Gastada

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A2_Gastada Si No
      Si   9 56
      No  79 48
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 5.731e-11
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 0.03932643 0.22439212
sample estimates:
odds ratio
0.09891789
```

5.731e-11<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut gastada influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A3_Vintage

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A3_Vintage Si No
      Si 41 25
      No 47 79
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 0.001331
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 1.427567 5.352510
sample estimates:
odds ratio
 2.741434
```

0.001331<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut vintage influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A4_Diferent

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A4_Diferent Si No
      Si 46 21
      No 42 83
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 0.000004235
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 2.192875 8.629039
sample estimates:
odds ratio
 4.292755
```

0.000004235<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut diferent influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A5_Preu

Frequency table:

```
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.  
A5_Preu Si No  
Si 65 45  
No 23 59
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table  
p-value = 0.00002091  
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1  
95 percent confidence interval:  
1.924861 7.199243  
sample estimates:  
odds ratio  
3.67872
```

0.00002091<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut preu influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A6_Utilitzada

Frequency table:

```
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.  
A6_Utilitzada Si No  
Si 22 71  
No 66 33
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table  
p-value = 0.000000001899  
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1  
95 percent confidence interval:  
0.07789162 0.30561861  
sample estimates:  
odds ratio  
0.1566564
```

0.000000001899<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut utilitzada influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A7_Qualitat

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A7_Qualitat Si No
      Si 28 10
      No 60 94
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 0.0002095
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 1.888073 10.805185
sample estimates:
odds ratio
 4.352229
```

0.0002095<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut qualitat influeix en la adquisició de roba de segona mà.

A8_Marca

```
Frequency table:
      Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.
A8_Marca Si No
      Si 15 4
      No 73 100
```

Fisher's Exact Test for Count Data

```
data: .Table
p-value = 0.002968
alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1
95 percent confidence interval:
 1.539173 21.966991
sample estimates:
odds ratio
 5.095594
```

0.002968<0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que l'atribut marca influeix en la adquisició de roba de segona mà.

H3-“Existeix relació amb el nivell d'estudis dels consumidors i el consum de peces de segona mà”

H0= El nivell d'estudis no influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

H1= El nivell d'estudis influeix a l'hora de consumir roba de segona mà.

Frequency table:

Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.	Nivell.d.estudis	
	Batxillerat	Doctorat
Si	11	3
No	14	4

Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.	Nivell.d.estudis	
	Llicenciatura/Diplomatura/Grau Màster	
Si	44	26
No	60	20

Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada.	Nivell.d.estudis	
	Secundària obligatòria	
Si	4	
No	6	

Pearson's Chi-squared test

data: .Table

X-squared = 2.8333, df = 4, p-value = 0.5861

0.58617>0.07

Amb un 95% de confiança hi ha evidències per confirmar que no hi ha relació entre el nivell d'estudis i la compra de peces de segona mà.

H4. “Existeix relació si tenen consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil amb que adquireixin roba de segona mà”.

```
Frequency table:
Indica.si.tens.consciència.o.no.de.l.impacte.negatiu.de.la.indústria.tèxtil
Indica.si.has.comprat.roba.de.segona.mà.alguna.vegada. No Si
No 39 65
Si 23 65

Pearson's Chi-squared test

data: .Table
X-squared = 2.8152, df = 1, p-value = 0.09337
```

```
Call:
lm(formula = Consciència ~ X.Adquisició.matèria.prima. + X.Distribució. +
  X.Fi.de.l.ús..residus.. + X.Producció. + X.Ús.de.la.roba.un.cop.adquirida..Rentadora..tintoreries..etc...,
  data = Dataset)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-0.8644 -0.5703  0.2221  0.3404  0.5724

Coefficients:
                    Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)         0.1293691   0.1947695    0.664  0.5074
X.Adquisició.matèria.prima.
X.Distribució.      -0.0002002   0.0470967   -0.004  0.9966
X.Fi.de.l.ús..residus..
X.Producció.        0.1031907   0.0586489    1.759  0.0801
X.Ús.de.la.roba.un.cop.adquirida..Rentadora..tintoreries..etc....
                    0.0603188   0.0499731    1.207  0.2290
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4618 on 186 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.05517, Adjusted R-squared:  0.02977
F-statistic: 2.172 on 5 and 186 DF,  p-value: 0.05901
```

0.05901 < 0.07 Rebutjo H0

Amb un 95% de confiança podem afirmar que existeix relació amb el fet de tenir consciència de l'impacte negatiu amb el fet de comprar roba de segona mà.

6. Resultats

Finalment, després de realitzar l'anàlisi de les dades obtingudes a través de la metodologia quantitativa, tenint present l'objectiu del treball que era analitzar la percepció que té el consumidor a la Ciutat de Mataró de les peces de roba de segona mà, es pot concloure que els habitants de Mataró tenen un alt nivell de preocupació ambiental davant la majoria dels factors exposats (emissions de CO₂; contaminació de terra, aigua i aire; dels esgotaments dels recursos naturals; i de la generació de residus). Alhora, el 67,5% de la població és conscient de l'impacte negatiu que genera la indústria tèxtil, donant-se uns resultats molt equitatius en cada una de les fases exposades (adquisició de matèries primeres, producció, distribució, manteniment de la roba un cop adquirida i el fi de l'ús). Essent la darrera fase la que els individus tenen menys informació. Podem confirmar que la hipòtesi plantejada de la relació entre el nivell de preocupació ambiental i el fet d'adquirir roba de segona mà estan relacionats, ja que els individus que tenen més nivell de preocupació afirmem consumir roba de segona mà. Cal recalcar, però, que afirmacions com ara adquirir roba de segona mà no són un hàbit continuat en el temps, ans al contrari, es tracta d'un fet ocasional. A la vegada confirmem una altra hipòtesi, segons la qual els individus que no han adquirit mai roba de segona mà no tenen consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil.

El nivell de preocupació ambiental no resulta un factor suficient per que es doni un ús de la roba de segona mà més habitualment, ja que com hem comentat durant l'estudi un 54,6% de la mostra indica que mai ha adquirit roba de segona mà habitualment, sinó que ho ha fet de manera esporàdica. Això és degut a la percepció que tenen els individus de la roba de segona mà. Entre els motius que han donat per rebutjar-ne l'adquisició podem trobar: higiene, actualitat de la roba (a la moda), roba vella o gastada, falta de confiança, desig d'estrenar la roba comprada. Amb tot, un 76,8% dels individus han respost que desitgen que la roba de segona mà adquireixi un paper més important en el mercat de la indústria tèxtil.

Encara que no és un fet que es pugui afirmar, s'ha vinculat el nivell d'estudis dels habitants amb el seu poder adquisitiu. L'any 2017 la renda bruta de mitjana per habitant a Mataró és de 25.928 Eur, segons un informe de epdata ("Mataró - Renta per municipios: datos y estadísticas de la Agencia tributaria" 2017), un 2,63% més elevat que l'any anterior, però situada per sota de la mitjana de la comarca del Maresme, però en aquests factors no existeix relació amb el fet d'adquirir roba de segona mà.

En relació amb altres estudis podem afirmar que la població mostra interès en tots els temes relacionats amb el medi ambient i afirma tenir una gran preocupació sobre aquest, encara que no actua de manera diferent per poder solucionar o evitar en una mínima quantitat l'impacte negatiu que pot provocar la indústria tèxtil, degut a la poca informació que es disposa del seu model de producció, i del poc coneixement d'alternatives existents, com ara el mercat de roba de segona mà. Amb tota la informació obtinguda obtenim un possible perfil tant de comprador de roba de segona mà com un comprador de roba per estrenar.

6.1. BUYER PERSONA



Carles Pérez

Informàtic, 28 anys

Viu a Mataró, es dedica al sector informàtic i TIC.

Nivell de responsabilitat: Tècnic departament TIC

Nivell educatiu: Universitari

Té una alta consciència sobre l'impacte negatiu que produeix la indústria tèxtil, lligat a la preocupació de la situació ambiental actual. Consumeix roba de segona mà habitualment, encara que troba dificultats a l'hora de poder escollir varietat, i la diferència de preu no és un avantatge. Tampoc li compensa el temps dedicat a buscar botigues amb gran oferta de roba de segona mà. Opina que la roba de segona mà és diferent, gastada i *vintage*, otorgant aquests atributs certa exclusivitat a l'hora de vestir. Creu que s'hauria de millorar molt més el comerç amb la roba usada.



Aida González

33 anys

Viu a Mataró, es dedica al món empresarial.

Nivell de responsabilitat: Responsable del departament de RRHH.

Nivell educatiu: Màster.

Té preocupació per la situació ambiental, però no és una cauda prioritària per ella. No té consciència de l'impacte negatiu que provoca la indústria tèxtil, mai ha adquirit roba de segona mà, ja que la relaciona amb roba de poca qualitat, utilitzada i que el preu no és equilibrat. Prefereix anar a la moda i pagar una mínima diferència a una empresa multinacional com Zara i renovar l'armari cada dues setmanes. No es planteja el fet d'utilitzar mai roba de segona mà.

6.2. Clúster atributs

S'ha creat un clúster dels atributs amb més freqüència seleccionats pels enquestats. Tal i com es pot observar els més marcats són: preu, diferent, gastada o utilitzada. Pocs individus relacionen la roba de segona mà amb marca i qualitat.



Per una altra banda s'ha creat un clúster amb els motius citats pels individus enquestats, on exposen la raó per la qual no adquireixen roba de segona mà. En aquest sentit els més indicats són: higiene, oferta, desconfiança. En definitiva, creiem que a la població li falta informació sobre el mercat de roba de segona mà.



7. Conclusions i recerques futures

Aquest estudi pretén analitzar la percepció dels consumidors respecte la roba de segona mà dels habitants de Mataró, plantejant quatre hipòtesis que ajudin a confirmar les relacions existents.

Com s'ha esmentat a l'anterior apartat, es pot afirmar que el nivell de preocupació que tenen els habitants de Mataró sobre el medi ambient influeix en la decisió d'adquirir roba de segona mà, encara que els atributs amb els que es qualifiquen les percepcions de la roba no són positius, fet que disminueix el percentatge d'habitants que fan un ús de la roba de segona mà i la freqüència amb la que ho fan. Cal recalcar que la majoria dels individus que han marcat que utilitzen roba de segona mà ho fan de

manera ocasional, un percentatge molt petit ho fa de manera habitual, tot i tenir consciència de l'impacte negatiu que provoca la indústria tèxtil, tal i com esmenten molts dels estudis citats, corroborant les afirmacions extreïdes de les hipòtesis amb el marc teòric revisat amb anterioritat.

Finalment, els resultats d'aquest treball poden ser un bon punt de partida per a noves investigacions que formulin noves hipòtesis sobre qüestions no plantejades en aquest estudi. Possibles propostes en aquest sentit poden ser estudis com ara:

- Diferència existent entre la percepció de la roba de segona mà en botigues físiques i en aplicacions (Wallapop, Vintage).
- Intervenció d'un pla de màrqueting d'una empresa dedicada a la venda de segona mà (Humana).
- Quines barreres existents limiten al consumidor a poder adquirir roba de segona mà?
- Creació campanya de publicitat utilitzant QR per mostrar els impactes negatius cada cop que algú adquireix una peça de roba.

8. Bibliografia

- Abascal, M. (2017). Los españoles consumen 34 prendas y tiran hasta 14 kilos de ropa cada año. Recuperat 01 de gener de 2020, de <https://www.elcorreogallego.es/tendencias/ecg/espanoles-consumen-34-prendas-tiran-14-kilos-ropa-cada-ano/idEdicion-2017-07-29/idNoticia-1066689/>
- Barreiro, A. M. (2016). Moda y sostenibilidad. *Universidad de la Coruña*, 1-24.
- Caro, F. y Martínez-de-Albéniz, V. (2015). Moda rápida: visión general del modelo de negocio y oportunidades de investigación. En *Gestión de la cadena de suministro minorista* (pp. 237-264). Springer, Boston, MA.
- Castellana, Z. (2019). La industria espanyola de la moda tiene un peso en el PIB de casi el 3% y del 4.3% en el empleo. Recuperat 3 de març de 2020, de <https://www.europapress.es/economia/noticia-industria-espanola-moda-tiene-peso-pib-casi-43-empleo-20190911163903.html>
- Cesce (2019). Informe Sectorial CESCE 2019 Textil. Recuperat 9 de març de 2020, de https://issuu.com/cesce.es/docs/informe_sectorial_cesce_2019_textil
- Céspedes, S., & Mishell, Y. (2019). Una apuesta responsable por la economía circular en el sector de la Moda. El caso de INDITEX.
- Costa, M. T., & Duch, N. (2005). La renovación del sector textil-confección en España. *Instituto de economía de Barcelona*, (355/356), 263-272.
- Fundació Ellen MacArthur. Economía circular. Recuperat 10 de gener de 2020, de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>
- Hériz, I. B. (2018). *Economía circular*. Editorial Tébar Flores.
- López, A. M. L. (2011). *Coolhunting digital: a la caza de las últimas tendencias*. Anaya Multimedia.
- Lorenzana Iglesias, O. (2018). La moda en España. Situació actual y cuestiones futuras. *Distribución y consumo; vol.3 (135)*. https://www.mercasa.es/media/publicaciones/243/1534086521_Moda_en_espana_DY_C_153_150px.pdf
- MacArthur, F. E. (2015). Hacia una economía circular: motivos económicos para una transición acelerada. *Recuperado de: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf*.
- MacArthur, F. E. (2017). A new textiles economy: redesigning fashion's future. *Recuperado de: https://www.ellenmacarthurfoundation.org*.

org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report. pdf. Fecha de acceso, 5.

- MacArthur, F. E. McKinsey Co.(2014). *Founding Partners of the HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR.*
- Martínez Barreiro, A. (2008). La moda rápida: última transformación del sistema de la moda. *Universidad Nova de Lisboa.*
- Moyano, V. i Paniagua, S. (2018). Els ciutadans i l'economia circular. Situació actual i perspectives de futur. Recuperat 20 de gener de 2020, de <https://static1.squarespace.com/static/5970906d4c0dbf748f1594a5/t/5baa096cc83025b36783bdbf/1537870215897/EconomiaCircular-CAT+%281%29.pdf>
- Redondo, H., Escudero, G., & Ordóñez, P. (2013). El dilema del consumidor en España. Los motores del cambio hacia un nuevo modelo de producción y consumo.
- Rodríguez, A. (2017). Economía circular en la cadena de valor del textile. Fundación para la Economía Circular. http://economiecircular.org/blog_ec/?p=10
- Tena, E. C. (2019). Principios y características de la economía circular. In *Economía circular-espiral: transición hacia un metabolismo económico cerrado* (pp. 109-129). Asociación para la Sostenibilidad y el Progreso de las Sociedades (ASYPS).
- Simón López, G. (2019). Industria textil, pobreza y "Moda-re" en España: Conexiones.

9. ANNEXOS

Enquesta de testeig

Género *

Dona

Home

Edad *

- 15-20 años
- 21-25 años
- 26-30 años
- 31-35 años
- 36-40 años
- 41-45 años
- 46-50 años
- 51-55 años
- 56-60 años
- 61-65 años
- 65-70 años

Nacionalidad *

La vostra resposta

Población *

La vostra resposta

Nivel de estudios *

- No tengo estudios
- Secundaria Obligatoria
- Bachillerato
- Universidad
- Master
- Doctorado

Por favor indica tu nivel de sensibilidad acerca de los siguientes temas relacionados con el medio ambiente. *

	Mucha sensibilidad	Bastante sensibilidad	Poca sensibilidad	Nada de sensibilidad	No tengo opinión
Emisiones de CO2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contaminación (tierra, agua, aire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agotamiento de los recursos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, indica si tienes conciencia del impacto negativo de la industria textil. *

- Si
- No

Cual crees que es la fase más contaminante de la industria textil? *

- Adquirir la materia prima
- Producción
- Distribución
- Uso de la ropa (lavados, tintorerías)
- Fin del uso (residuos)

Indica si has comprado ropa de segunda mano alguna vez *

- Habitualmente
- A menudo
- Ocasionalmente
- No, nunca

Si alguna vez has comprado ropa de segunda mano, podrías indicar el motivo?

- Satisfacción a mejorar el medio ambiente
- Satisfacción personal
- Satisfacción social
- Necesidad

Podrías indicar cual de estos atributos le otorgas a la ropa de segunda mano? *

- Olor
- Vieja
- Vintage
- Original
- Calidad

Si has respondido, no nunca, en la anterior pregunta, podrías indicar un motivo?

La vostra resposta

¿Donde consumes ropa de segunda mano?

- Tiendas físicas
- Wallapop (App parecidas)
- Mercadillos

Taula de variables

Tabla 1.
Perfil sociodemogràfic de la mostra

Variable sociodemogràfica
Gènere
Dona
Home
Edat
18-24
25-34

35-44

45-54

55-64

64- +

Nivell d'estudis

Cap

Secundària Obligatòria

Batxillerat

Universitat

Màster

Doctorat

Nacionalitat

Població

Barri

Centre

Eixample

Palau-Escorxador

Rocafonda

Vista Alegre

Molins

Cirera

La Llàntia

Cerdanyola

Peramàs

Pla d'en Boet

Variable consciència ambiental

Nivell de preocupació ambiental (de 1 molta preocupació al 5 cap preocupació)

Emissions de CO2

Contaminació (terra, aigua i aire)

Esgotament dels recursos naturals

Generació de residus

Consciència de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil

Sí

No

Fase més contaminant de la indústria tèxtil (de 1 molt contaminant al 5 gens contaminant)

Adquisició matèria prima

Producció

Distribució

Ús de la roba un cop adquirida (Rentadora, tintoreries,..)

Fi de l'ús (Residus)

Comprat roba de segona mà alguna vegada?

Habitualment

Sovint

Ocasionalment

No, mai

Indicar el motiu pel qual has adquirit roba de segona mà

Satisfacció a millorar el medi ambient

Satisfacció personal

Satisfacció social

Necessitat

Quins atributs li atribueixes a la roba de segona mà? (Selecciona 3)

Gastada

Vintage

Diferent

Vella

Preu

Utilitzada

Qualitat

Marca

Si mai has adquirit roba de segona mà, indica un motiu

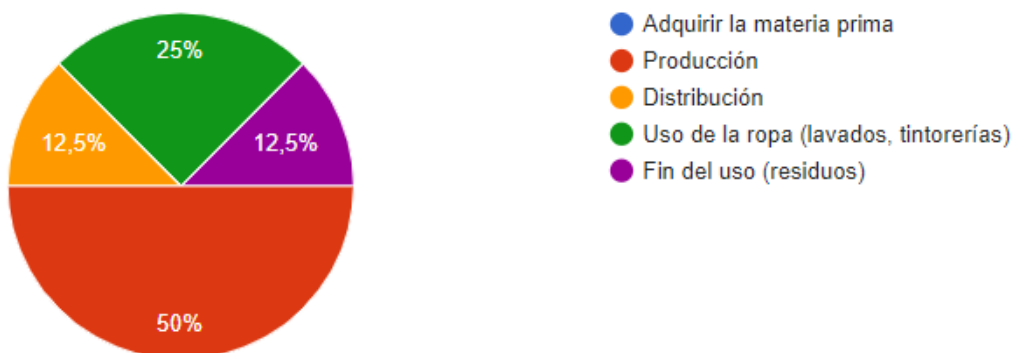
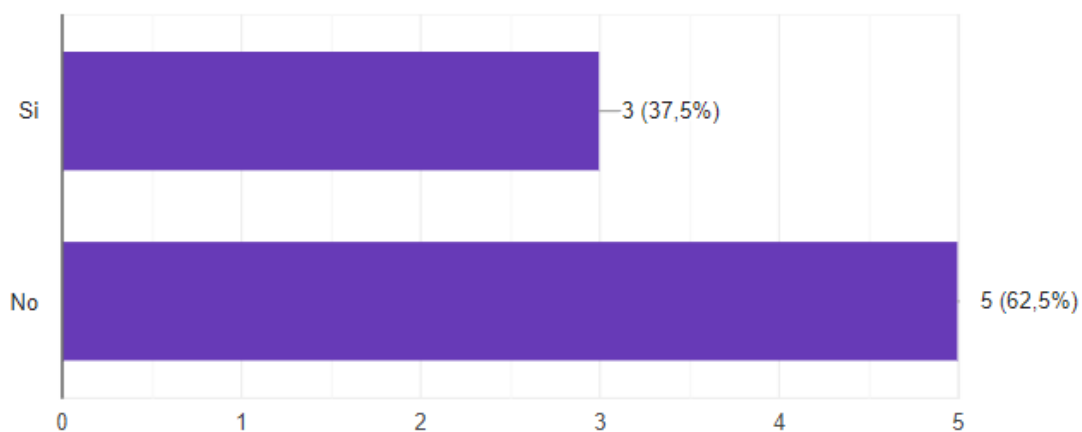
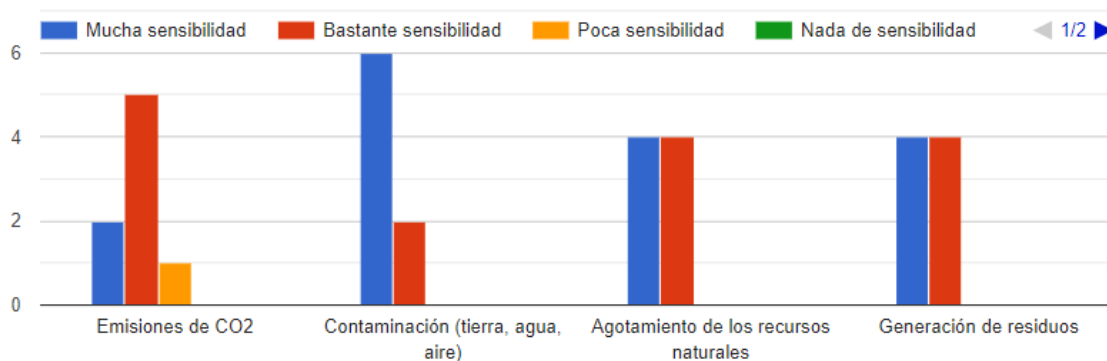
On compres roba de segona mà?

Botigues físiques

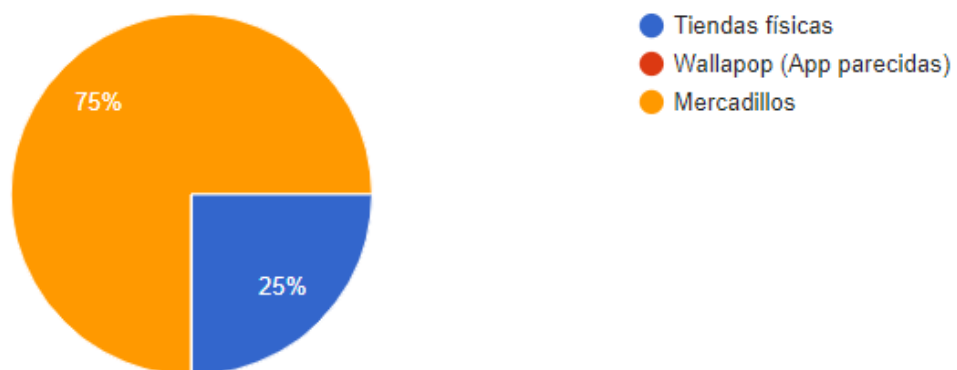
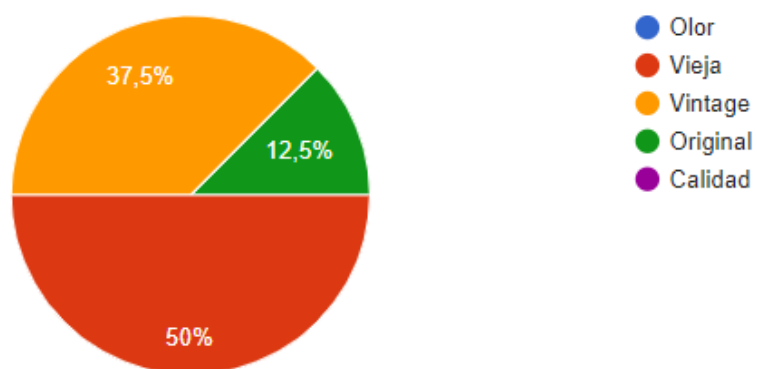
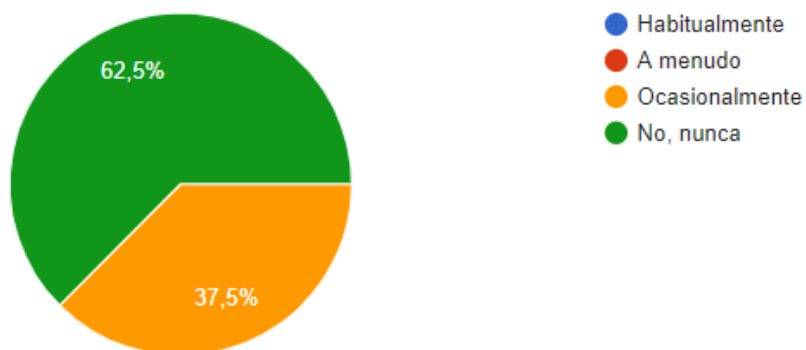
Wallapop (App o e-commerce)

Mercats

Resultats enquesta de testeig



La transició de la indústria tèxtil cap a l'economia circular: La percepció dels consumidors en la roba de segona mà



Enquesta realitzada



Percepció dels consumidors de la roba de segona mà

Aquest qüestionari forma part d'un projecte de la transició de la indústria tèxtil cap a l'economia circular, analitzant tot l'impacte negatiu que implica el cicle vital d'aquest sector, es pretén enfocar l'estudi a la percepció dels consumidors davant la roba de segona mà dels habitants de Mataró. Consta de 15 preguntes i el temps requerit és màxim de 5 minuts. La teva resposta és molt valuosa per dur a terme l'estudi, per tant agraeixo la teva participació.

Gènere *

- Dona
- Home

Edat *

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

Nivell d'estudis *

- Cap
- Secundària obligatòria
- Batxillerat
- Llicenciatura/Diplomatura/Grau
- Màster
- Doctorat

Nacionalitat *

Text d'una resposta breu

.....

Població *

Text d'una resposta breu

.....

Barri *

- Centre
- Eixample
- Palau-Escorxador
- Rocafonda
- Vista Alegre
- Molins
- Cirera
- la Llàntia
- Cerdanyola
- Peramàs
- Pla d'en Boet

Nivell de preocupació ambiental (Selecciona per cada impacte mediambiental el grau de preocupació, de 1 cap preocupació al 4 molta preocupació) *				
	1	2	3	4
Emissions de CO2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contaminació (terr...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esgotament dels re...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generació de residus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indica si tens consciència o no de l'impacte negatiu de la indústria tèxtil *	
<input type="radio"/> Si	
<input type="radio"/> No	

Indica els nivells de contaminació que creus que existeix a cada fase de la indústria tèxtil (de 1 zero contaminant al 4 molt contaminant) *				
	1	2	3	4
Adquisició matèria ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Producció	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Distribució	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ús de la roba un co...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fi de l'ús (residus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indica si has comprat roba de segona mà alguna vegada. *

- Sí, habitualment
- Sí, sovint
- Sí, ocasionalment
- No, mai

Si a la pregunta anterior has indicat que sí, indica el motiu per al qual has adquirit roba de segona mà.

- Satisfacció a millorar el medi ambient
- Satisfacció personal
- Satisfacció social
- Motius econòmics

Quins atributs li atribueixes a la roba de segona mà? (Selecciona 3) *

- Gastada
- Vinatge
- Diferent
- Vella
- Preu
- Utilitzada
- Qualitat
- Marca

Si no has adquirit roba de segona mà, indica un motiu.

Text d'una resposta breu

Si has adquirit roba de segona mà, indica on.

- Botigues físiques
- Wallapop (o altres app o ecommerce)
- Mercats

Penses que la roba de segona mà hauria de tenir un paper més important dintre del sector? *

- Sí
- No