

## Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Marta Franco Morales

PROGRAMA: E-3

GRUPO: B

FECHA: 22/10/2024

Director Asignado: Jiménez Zarco, Ana Isabel

Apellidos

Nombre

**Título provisional del TFG:**

*“Análisis de los factores influyentes en la decisión de compra de ropa de segunda mano. Caso Vinted”*

**ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)**

**Firma del estudiante:**

Marta Franco  
Morales

**Fecha:**

22/10/2024

## **PROPUESTA TRABAJO DE FIN DE GRADO**

### **1. Objetivo**

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo general analizar los factores influyentes en la intención de compra de ropa de segunda mano. Para lograr este objetivo, centraremos el estudio en Vinted, un mercado en línea y comunitarios que permite a los usuarios vender, comprar e intercambiar ropa de segunda mano.

Nuestro objetivo general se desglosa en varios objetivos específicos. Se pretende identificar los principales factores que motivan a los consumidores a comprar ropa de segunda mano en la plataforma Vinted. Además, se busca evaluar el impacto del concepto "vintage" y su relación con el estilo de vida y la sostenibilidad. Finalmente, se busca determinar si los consumidores perciben el consumo de ropa de segunda mano como una tendencia pasajera o una adopción de un estilo de vida sostenible.

Realizaremos un análisis empírico para identificar las variables que influyen significativamente en la intención de compra de ropa de segunda mano y aquellas que no tienen efecto. Basaremos el estudio en datos que nos serán de ayuda para identificar los verdaderos motivos que llevan a consumir a los usuarios de Vinted.

### **2. Bibliografía**

Silván, P., Silván-Martínez, P., Tresplacions, J. A. & Fernández, I. (2023). Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible. *Behanomics*, 1, 82-98. DOI: <https://doi.org/10.55223/bej.9>

Amezcuca, J.B., Puente, L.A., Ruiz, A.L., Saucedo, J.M. (2024). Dimensiones de las motivaciones de los jóvenes respecto a la compra de ropa de segunda mano: una escala parsimoniosa. *Revista De Investigación Científica y Tecnológica*, 8 (1), 16-32. DOI: [https://doi.org/1036003/Rev.investig.cient.tecnol.V8N1\(2024\)2](https://doi.org/1036003/Rev.investig.cient.tecnol.V8N1(2024)2)

### **3. Metodología**

La metodología del TFG se basará en una combinación de investigación cualitativa y cuantitativa para proporcionar un análisis integral de los factores influyentes en la decisión de compra de ropa de segunda mano. Constará de tres fases:

#### **Fase 1: Investigación bibliográfica**

En primer lugar, se investigará sobre la moda de segunda mano, el concepto vintage y el contexto social y cultural del consumo de ropa de segunda mano. Además, se buscará información para obtener una visión clara del origen de Vinted, su funcionamiento, evolución y popularidad en el mercado de ropa de segunda mano. Asimismo, se hará una revisión de literatura sobre los factores que influyen en la compra de ropa de segunda mano para identificar estos motivos que empujan a los consumidores a optar por ropa de segunda mano

y las barreras que podrían limitar su compra.

### Fase 2: Recolección de datos empíricos

La segunda fase se centrará en la recolección de datos. Se elaborará un cuestionario para captar información sobre los comportamientos de los consumidores de Vinted respecto a la compra de ropa de segunda mano. La encuesta se distribuirá a través de las redes sociales. Por consiguiente, se realizará un análisis de datos para identificar relaciones y variables significativas que influyen en la decisión de compra de ropa de segunda mano en Vinted.

### Fase 3: Conclusiones

La tercera y última fase consta de una síntesis de los resultados obtenidos en las fases anteriores y en la elaboración de las conclusiones. Se hará un resumen de hallazgos clave en función de los objetivos planteados al inicio del estudio. Las conclusiones incluirán: Las motivaciones de los consumidores, el impacto del concepto “Vintage” y sostenibilidad, y la percepción de la moda de segunda mano.

## **4. Índice**

1. Introducción
  - 1.1 Objetivos del trabajo
  - 1.2 Metodología empleada
2. Investigación bibliográfica
  - 2.1 Introducción a la moda de segunda mano
  - 2.2 Historia y evolución de la moda de segunda mano
  - 2.3 El concepto “vintage”
3. Vinted como plataforma de comercio de segunda mano
  - 3.1 Historia y evolución de Vinted
  - 3.2 Modelo de negocio y características de Vinted
4. Factores que influyen en la compra de ropa de segunda mano
  - 4.1 Factores económicos
  - 4.2 Factores relacionados con la sostenibilidad
  - 4.3 Factores psicológicos y sociales
5. Recolección de datos empíricos
  - 5.1 Características de la muestra
  - 5.2 Medición de variables
  - 5.3 Análisis de las respuestas y resultados preliminares
6. Conclusiones
7. Bibliografía
8. Anexo: Encuesta