



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Administración de Empresas

**MODA DE SEGUNDA MANO COMO
PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD. CASO
APLICADO A LA CIUDAD DE CUENCA-
ECUADOR.**

**Trabajo de titulación previo a la obtención
del grado en Licenciatura en
Administración de Empresas**

Autora:

María Alejandra Torres Jaramillo

Director:

Ing. Juan Manuel Maldonado Matute

Cuenca – Ecuador

2022

DEDICATORIA

A Paola, Anamaria, Marco, Xavier y Cookie, gracias por ser mi centro.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente al apoyo brindado por mi director de tesis, quien estuvo a mi lado en todo este proceso.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Índice de contenidos	iii
Índice de tablas	iii
Índice de figuras	iii
RESUMEN Y ABSTRACT	iv
1. Introducción.....	1
1.1 Objetivos	2
1.2 Marco teórico.....	2
2. Métodos	8
3. Resultados	10
4. Conclusión.....	16
5. Referencias.....	16

Índice de Tablas

Tabla 1	9
Tabla 2	10
Tabla 3	11
Tabla 4	12
Tabla 5	12
Tabla 6	13
Tabla 7	14
Tabla 8	15
Tabla 9	15

Índice de Figuras

Figura 1	8
Figura 2	12
Figura 3	13

RESUMEN

Este estudio examinó las creencias que influyen en la predisposición de compra de ropa de segunda mano. La fundamentación teórica estuvo relacionada con la sostenibilidad y modelos de negocio sostenibles. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo que utilizó datos recopilados a través de una encuesta online. Se evaluó empíricamente la influencia de las creencias de los consumidores sobre el medio ambiente, disposición al gasto y creencias sobre la ropa de segunda mano en la actitud hacia moda de segunda mano. La relación entre la actitud hacia la moda de segunda mano, normas subjetivas, comportamiento social e intención de compra de ropa de segunda mano, también fue evaluada. El algoritmo PLS y la técnica bootstrapping fueron utilizadas para el análisis de datos, los hallazgos indican que la actitud hacia la moda de segunda mano tiene un efecto mediador entre las creencias y la intención de compra de ropa de segunda mano.

Palabras clave: Empíricamente, Influencia, Moda de segunda mano, Predisposición de Compra, Sostenibilidad.

ABSTRACT

This study examined the beliefs that influence the predisposition to purchase second-hand clothing. The theoretical foundation was related to sustainability and sustainable business models. The methodology had a quantitative approach using data collected through an online survey. The influence of consumers' beliefs about the environment, willingness to spend, and ideas about second-hand clothing on attitude towards second-hand fashion was empirically assessed. The relationship between attitude toward secondhand fashion, subjective norms, social behavior, and intention to purchase secondhand clothing was also evaluated. The PLS algorithm and bootstrapping technique were used for data analysis; the findings indicated that attitudes toward secondhand fashion mediate between beliefs and intention to purchase secondhand clothing.

Keywords: Empirically, Influence, Purchase predisposition, Second-hand fashion, Sustainability.



Este certificado se encuentra en el repositorio digital de la Universidad del Azuay, para verificar su autenticidad escanee el código QR

Este certificado consta de: 1 página