CDMX, December-2024

Cruz-Sánchez, Eduardo
Trejo-Encarnación, Patricia
Hernández-Gómez, Diana
Moctezuma-Navia, Dalia Alejandra

Universidad Politécnica de Francisco I. Madero

PRESENT:

We have the pleasure to announce presented the conference with the title **"Consumer analysis of second-hand clothing: Case of financial engineering students of the Polytechnic University of Francisco I. Madero"**. Located the Park Pedregal Business.**ECORFAN- Mexico City**, on 12 December, 2024.

The Conference is Arbitrated by peer review, is Indexed and deposited in Databases:
V|LEX (Global Legal Intelligence Platform)
RESEARCH GATE (Alemania)
MENDELEY (Gestor de Referencias bibliográficas)
GOOGLE SCHOLAR (Índices de citaciones-Google)
REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico- CSIC)
RNA (National Registry of Copyright)
DOI (Digital Object Identifier)

Regards.

SERRUDO-GONZALES, Javier. BsC.
CBDO-ECORFAN-México, S.C.
CONAHCYT-RENIECYT: 1702902

Certificate of Publication - Journal

RENIECYT 1702902 CONAHCYT

International Code of Economic Literature - JEL

CDMX, November - 2024

Cruz-Sánchez, Eduardo
LQJ-9303-2024 • 0000-0001-6289-6920 • 49182
Trejo-Encarnación, Patricia
LQK-5574-2024 • 0000-0002-4794-4258
Hernández-Gómez, Diana
LQK-3654-2024 • 0000-0002-0493-6258
Moctezuma-Navia, Dalia Alejandra
LQJ-9942-2024 • 0009-0002-1913-8694

Universidad Politécnica de Francisco I. Madero

P R E S E N T:

We are pleased to inform you that your article **" Consumer analysis of second-hand clothing: Case of financial engineering students of the Polytechnic University of Francisco I. Madero"** with keywords "*Savings, Clothing Consumption, Economy*". Has been published on pages 1-9 in **"Journal-Urban-Rural and Regional Economy"**, *V-8 N-14* with **ISSN: 2524-2083**. Journal edited by RINOE. Holding Republic of Peru. (2024). **DOI:** 10.35429/JURRE.2024.8.14.1.9

This article is classified as:

Area: Social Sciences
Field: Economics sciences
Discipline: General Economy
Subdiscipline: Consumer Behavior

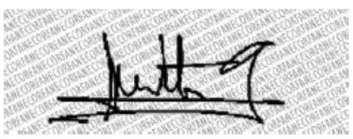
This article is published on:
https://rinoe.org/republicofperu/Journal_Urban_Rural_and_Regional_economy/vol8num14/Journal_Urban_Rural_and_Regional_Economy_V8_N14_1.pdf

The Journal is Arbitrated by peer review, is Indexed and deposited in Databases:

LATINDEX (Scientific Journals of Latin America, Spain and Portugal)
V|LEX (Global Legal Intelligence Platform)
RESEARCH GATE (USA)
GOOGLE SCHOLAR (Citation indices-Google)
MENDELEY (Bibliographic References Manager)

We issue this certificate for the purposes of science, technology and innovation.

Regards.



PERALTA-CASTRO, Enrique. MsC.
CIO-ECORFAN-México, S.C.
CONACYT-RENIECYT: 1702902

Artículo

Análisis del Consumidor de Ropa de Segunda Mano: Caso Estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero.

Consumer Analysis of Second-Hand Clothing: Case of Financial Engineering Students of the Polytechnic University of Francisco I. Madero.

Cruz Sánchez, Eduardo 1er Autor*[a], Trejo Encarnación, Patricia 1er Coautor[b], Hernández Gómez, Diana 2do Coautor[c], Moctezuma Navia Dalia Alejandra 3er Coautor[d]

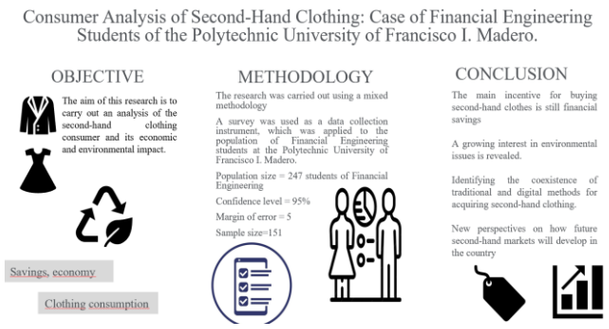
[a] Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, LQJ-9303-2024, 0000-0001-6289-6920, • 49182
[b] Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, LQK-5574-2024 0000-0002-4794-4258
[c] Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, LQK-3654-2024 0000-0002-0493-6258
[d] Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, LQJ-9942-2024, 0009-0002-1913-8694

Clasificación CONAHCYT:
https://marvid.org/research_areas.php
Área: Social Sciences
Campo: Economic Sciences
Disciplina: General Economy
Subdisciplina: Consumer Behavior

DOI: https://doi.org/
Historia del artículo:
Recibido: [Utilizar sólo ECORFAN]
Aceptado: [Utilizar sólo ECORFAN]
Correo electrónico de contacto:
* ✉ edcruz@upfim.edu.mx

Resumen
El objetivo de la presente investigación es realizar un análisis del consumidor de ropa de segunda mano y su impacto económico y ambiental. Se utilizó la metodología cuantitativa, con un diseño descriptivo, a través de una encuesta que constaron de 17 ítems. Los resultados reflejaron que el uso de ropa de segunda mano entre los estudiantes está asociado con beneficios tanto económicos como ambientales, se observó una correlación positiva entre la elección de prendas de vestir denominadas “de segunda mano” y un menor gasto en prendas nuevas, así como un aumento en su nivel de ahorro.

Abstract
The objective of this research is to analyze second-hand clothing consumers and its economic and environmental impact. A quantitative methodology was employed, using a descriptive design, through a survey consisting of 17 items. The results indicated that the use of second-hand clothing among students is associated with both economic and environmental benefits. A positive correlation was observed between the choice of 'second-hand' garments and reduced spending on new clothing, as well as an increase in their savings level.



Key Words: Savings, Clothing Consumption, Economy

Palabras clave: Ahorro, Consumo de ropa, Economía.

Citación: Cruz Sánchez, Eduardo 1er Autor, Trejo Encarnación, Patricia 1er Coautor, Hernández Gómez, Diana 2do Coautor y Moctezuma Navia Dalia Alejandra 3er Coautor. Análisis del Consumidor de Ropa de Segunda Mano: Caso Estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero. ECORFAN Journal-Mexico. Año. V-N: Páginas [TN Roman No.10].

ISSN XXXX-XXXX/© 2009 El Autor[es]. Publicado por ECORFAN-México, S.C. para su Holding X en nombre de la Revista X. Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia CC BY-NC-ND [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/]

Revisión por pares bajo la responsabilidad del Comité Científico MARVID®- en la contribución al Proceso de Revisión por Pares científico, tecnológico y de innovación mediante la formación de Recursos Humanos para la continuidad en el Análisis Crítico de la Investigación Internacional.

RENIECYT Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas
1702902 CONAHCYT

Introducción

Este estudio investiga cómo los estudiantes participan en la adopción de moda sostenible mediante el uso de ropa de segunda mano, destacando la importancia de esta práctica en la reducción del impacto ambiental. La industria de la moda, una de las más contaminantes del mundo, consume anualmente vastos recursos, incluyendo 93,000 millones de metros cúbicos de agua, y genera residuos significativos, como el vertido de microfibras en el mar y el desperdicio de agua potable. La moda produce el 8% de los gases de efecto invernadero, y se estima que contribuye al 20% de la contaminación mundial del agua. Ante este panorama, el consumo de ropa de segunda mano emerge como una alternativa sostenible y parte de la economía circular.

El estudio se enfoca en los estudiantes de Ingeniería Financiera de la UPFIM, analizando sus hábitos de consumo de ropa usada y sus percepciones sobre el impacto ambiental de sus decisiones. Este enfoque permite explorar cómo estas prácticas afectan tanto su estabilidad económica como el medio ambiente. La creciente popularidad de la moda de segunda mano en contextos socioeconómicos emergentes, como el nuestro, plantea oportunidades para modelos de negocio que integren la sostenibilidad con propuestas de valor que atraigan a consumidores interesados en aspectos estéticos y características específicas de las prendas, como el estilo y la antigüedad (Wang et al., 2022).

Metodología

La investigación se realizó empleando una metodología mixta, debido a que la combinación de ambas metodologías permitió integrar los beneficios de los dos métodos.

El método cualitativo fue aplicado dado que se necesitaba obtener una visión general del comportamiento y percepción de los estudiantes de Ingeniería Financiera sobre el tema del uso de la ropa de segunda mano; además, de que dicho método ayudó a analizar los datos recopilados que eran difíciles de cuantificar, puesto que la investigación cualitativa se enfoca en explicar el comportamiento de un fenómeno, basándose en estrategias flexibles de solución a la problemática que se identificó mediante las técnicas de diagnóstico, lo que resultó favorable porque se puedo hacer uso de la observación. Por otro lado, el método cuantitativo se centró en los números y estadísticas para comprender las correlaciones, así como, entender las relaciones de causa y efecto y comprobar la hipótesis partiendo de una pregunta de investigación.

Diseño de investigación

Se utilizó la investigación explicativa, que es la que se usa para establecer relaciones de causa y efecto que permite hacer generalizaciones a realidades similares. Este tipo de investigación es muy útil para probar teorías, ya que ayuda a aumentar la comprensión sobre un tema específico, utilizando la recolección de datos como fuente de información permitiendo tener una amplia comprensión del tema y perfeccionar las preguntas de investigación para ampliar las conclusiones del estudio, además de que éstos se pueden replicar para darles mayor profundidad y obtener nuevos puntos de vista sobre el fenómeno.

Para complementar el análisis y tener la información necesaria, se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta, que fue aplicada a la población de estudiantes de Ingeniería Financiera en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero.

Pregunta de investigación

En el contexto del proyecto, se realizó el planteamiento de la pregunta que detonó el desarrollo de la investigación y que posteriormente llevó a la formulación de la hipótesis derivada de la recolección de información y datos, que sirvieron para responder de forma alternativa.

La pregunta que se planteó fue la siguiente:

¿El consumo de ropa de segunda mano, genera un impacto económico-ambiental positivo en las familias de los estudiantes de Ingeniería Financiera y en su entorno?

A partir del cuestionamiento anterior se procedió a la formulación de la hipótesis.

Hipótesis

La hipótesis es una suposición que se hace respecto a un hecho que no se puede observar directamente, que explica un conjunto de fenómenos conocidos por la experiencia; tiene como características principales, las siguientes: se formula, se somete al análisis o estudio y debe ser demostrada.

a) **Hipótesis nula:** ***"El uso de ropa de segunda mano beneficia el entorno económico-ambiental de los estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, disminuyendo su gasto en consumo de prendas de vestir nuevas, aumentando su nivel de ahorro para la estabilidad económica de sus familias y reduciendo la contaminación ambiental."***

b) **Hipótesis alternativa:** ***"El entorno económico-ambiental de los estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, mejora con el consumo de ropa de segunda mano, aumentando su calidad de vida."***

Técnica de recolección de datos

Un instrumento de recolección de datos es una herramienta de la que hace uso un investigador para la obtención de información que permita el desarrollo del proyecto de investigación, su principal función es extraer datos de primera mano de la población o de los fenómenos que se desean conocer. (Másters, 2020)

Para efectos del proyecto, se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta que fue aplicada a los estudiantes de Ingeniería Financiera, primeramente, se obtuvo el dato de la población total, después se determinó del tamaño de muestra, posteriormente se elaboraron las preguntas que se incluirían en la encuesta y, finalmente fue aplicada.

Población muestra y muestreo

La población o universo se obtuvo del total de estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, compuesta por los cuatrimestres primero, cuarto, séptimo.

Fórmula estadística para el tamaño de muestra

La fórmula estadística utilizada para para determinar el tamaño de la muestra y conocer el número de encuestas que se debían aplicar del total de la población, fue la siguiente:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p\,(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p\,(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde

N= Tamaño de la población o universo
e= error de estimación máximo aceptado (margen de error)
p= Probabilidad de que ocurra el evento esperado (éxito)
Tamaño de la población= 247 estudiantes de Ingeniería Financiera
Nivel de confianza= 95%
Margen de error= 5
Tamaño de la muestra=151

Cálculo de confiabilidad Alfa Cronbach

Se extrajo la información de las encuestas para determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos aplicado, posteriormente se vació dicha información en una hoja de cálculo de Excel.

Es importante mencionar que para determinar el coeficente Alfa Cronbach, se consideró a partir del ítem 4, debido a que los primeros 3 están enfocados a los datos generales del encuestado (edad, sexo e ingresos promedio), los demás ítems son respuestas en escala de likert y dicotómicas, las que son de opciones varias de respuesta se les asignó un valor en escala mencionada anteriormente, dado que la opción de respuesta se puede convertir a esta escala.

Los resultados del cálculo haciendo uso de Excel y aplicando la fórmula fueron:

α= Alfa de Cronbach 0.8004

se procedió a determinar:

K= Número de ítems 24 (17 preguntas con opciones de respuesta)

V_i= Varianza de cada ítem 47.8379

Vt= Varianza del total 205.37

Considerando el rango de confiabilidad del coeficiente Alfa Cronbach que determina la consistencia interna, es decir, cuán estrechamente relacionados están un conjunto de elementos como grupo, tal es el caso del instrumento de recolección de datos aplicado en esta investigación.

El 0.8004 obtenido está en un nivel aceptable, la confiabilidad alta como se esperaba. Cuando se habla de un "rango alto" en el contexto del coeficiente, se hace referencia a un valor que se sitúa en una escala de 0 y 1.

ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

SUJETO: Cada uno de los estudiantes que respondieron la encuesta.
ÍTEM: Cuestionamientos de la encuesta.

Resultados

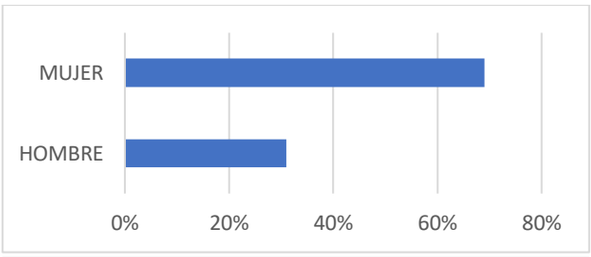
Análisis e interpretación de las encuestas

Con la aplicación del instrumento de recolección de datos se obtuvieron las respuestas que permitieron tener de primera mano la perspectiva sobre el tema investigado de la población encuestada que fue la Comunidad estudiantil de Ingeniería Financiera, a continuación, se presentan los resultados.

Box

Figura 1

¿Cuál es su sexo?



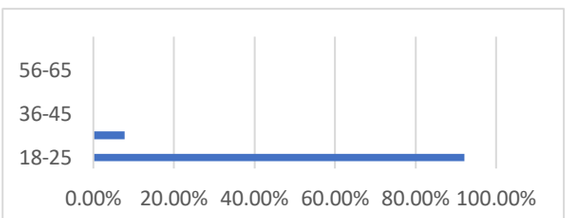
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En la gráfica 1, se muestra que el 68.8% de los alumnos del Programa Educativo de Ingeniería Financiera que respondieron la encuesta son mujeres y el 33.1% de los que respondieron son hombres. Un estudio de la OCDE refiere que niños y niñas tienen distintas aspiraciones profesionales para su futuro; en el caso de las niñas, una de las aspiraciones profesionales más frecuentes es la administración de empresas representado en un 5% de elección de profesiones en su edad universitaria, en el año 2021 las mujeres representaron 54% de los estudiantes universitarios (Delgado 2021). Lo anterior sustenta que en la carrera de Ingeniería Financiera en UPFIM, sean más estudiantes mujeres que hombres.

Box

Figura 2

¿Cuál es su edad?



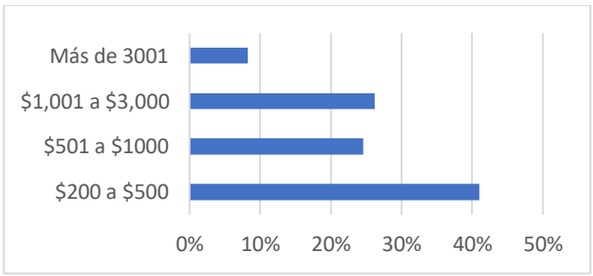
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

La edad es otro factor que determina el consumo, tal y como se refleja en el gráfico de la pregunta 2, donde el porcentaje más alto (92.2%) con respecto a la edad de los encuestados oscila de los 18 a 25 años, se infiere que la población en la etapa joven inclina su gasto mayormente en prendas de vestir, después de los 25 años se va restando importancia a la adquisición de ropa como se aprecia en la gráfica con un 7.8% de 26 a 35 años. Según Álvarez, Azofra y Cuesta, el consumo adolescente es el gasto que los individuos entre once y veintiún años aproximadamente realizan en bienes y servicios, entre los que se clasifican las prendas de vestir. (juventud, s.f.)

Box

Figura 3

Ingresos Mensuales



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En la gráfica de la pregunta 3 se muestra que el 41% de los encuestados se encuentra en un nivel bajo de $200 a $500, seguido del 26.2% con ingresos de $1001 a $3,000, en tercer lugar, se encuentran los de ingresos de $501 a $1,000, mientras que solo el 8.2% tiene ingresos por más de $3,000. Cabe hacer mención que otro factor que influye directamente en el consumo de las personas son los ingresos, John Maynard Keynes, quien es considerado el padre de la macroeconomía sostiene en su modelo de consumo que las personas aumentan su consumo, mientras más ingresos tengan disponibles, lo que beneficia a las economías locales, nacionales e internacionales, de ahí nace el principio "a mayor ingreso, mayor consumo", en la teoría del consumidor se analiza el efecto renta, efecto sustitución y restricción presupuestaria. (Keynes, J. M. 1936).

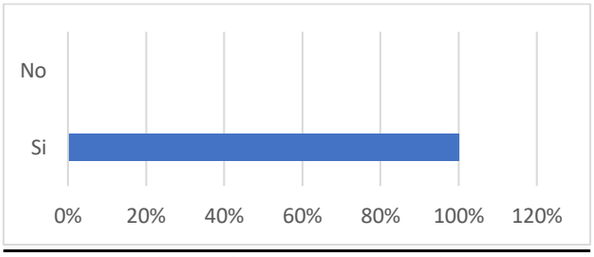
ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

Surname, Name 1st Author, Surname, Name 1st Co-author, Surname, Name 2nd Co-author and Surname, Name 3rd Co-author. Article Title. ECORFAN Journal-Mexico. Year. V-N: Pages [Times New Roman No. 8]. DOI: https://doi.org/10.35429/

Box

Figura 4

¿Le preocupa el medio ambiente?



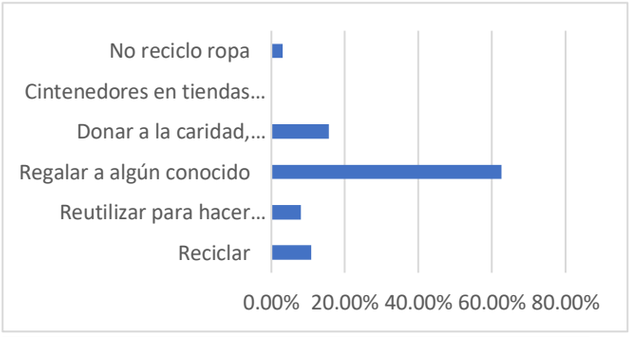
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En la gráfica 4 con respecto al cuestionamiento de ¿le preocupa el medio ambiente? el 100% de los encuestados refiere que sí, lo que significa un impacto positivo, ya que influye en el cambio de hábitos de consumo que reducirían la compra de productos que dañen el medio ambiente. Según las Naciones Unidas, hay 1.8 millones de jóvenes con edades comprendidas entre los 10 y 24 años, son la mayor generación de los jóvenes de la historia. Alrededor del 88% de ellos viven en países en vías de desarrollo, países que a su vez albergan los mayores bosques, ríos y diversidad del planeta. Invertir y salvaguarda el futuro de estos jóvenes es esencial para el desarrollo sostenible de la región y alcanzar el equilibrio que requiere el planeta. (The nature conservancy, 2019).

Box

Figura 5

¿Qué hace con la ropa que ya no utiliza?



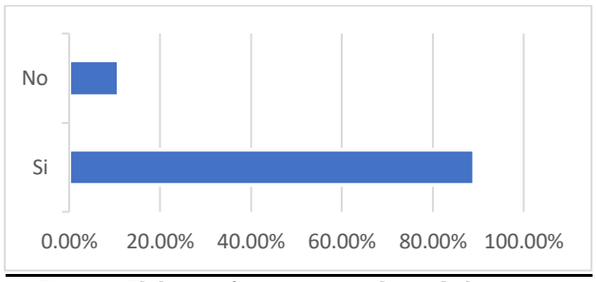
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

En el gráfico 5 se observa que la respuesta con mayor porcentaje (62.5%) estuvo en regalar a algún conocido la ropa que ya no utilizan, el 15.6% dona la ropa a la caridad, el 10.9% reciclan, con estos resultados tiene claro que las prendas se siguen usando, la ropa que para unos se vuelve inutilizable, para otros se convierte en prendas de segunda mano con un periodo de vida útil; y para este mercado se convierte en una oportunidad. La donación de ropa usada permite dar una segunda oportunidad a todas esas prendas, y vestir dignamente a un hermano en situación vulnerable. (Monterrey, Redacción Cáritas de, 2013)

Box

Figura 6

¿Ha comprado alguna vez ropa de segunda mano?



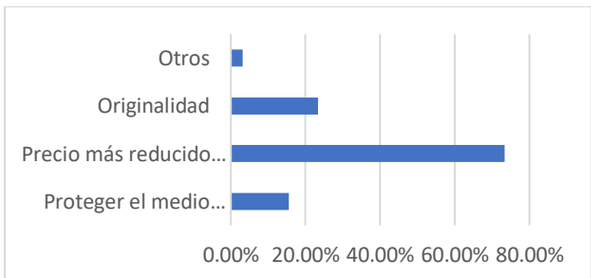
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

Las respuestas de los encuestados a la pregunta 6 fue de gran impacto en la investigación, debido a que el 89.1% alguna vez ha comprado ropa de segunda mano, resultado positivo para el entorno económico-ambiental de los estudiantes de Ingeniería Financiera de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero. Ana Orvañanos, explicó que la ropa de segunda mano presenta una oportunidad para los consumidores de reducir su gasto y obtener un ahorro, mucha de ella comprada en línea, por lo que la ofrecen hasta 80% por debajo el precio que pagaron, lo que sin duda significa un ahorro importante para los compradores (Joselyn, Herrera, 2022).

Box

Figura 7

¿Cuál es la razón por la que compra productos de segunda mano?



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

El resultado de la pregunta 7, 73.4% de los encuestados respondieron que compran productos de segunda mano porque el precio es más reducido teniendo la posibilidad de ahorrar, el 23.4% lo hacen por originalidad, un 15.6% es por proteger el medio ambiente, comprar ropa de segunda mano ahorra mucho dinero a largo plazo, ya que las prendas usadas cuestan menos

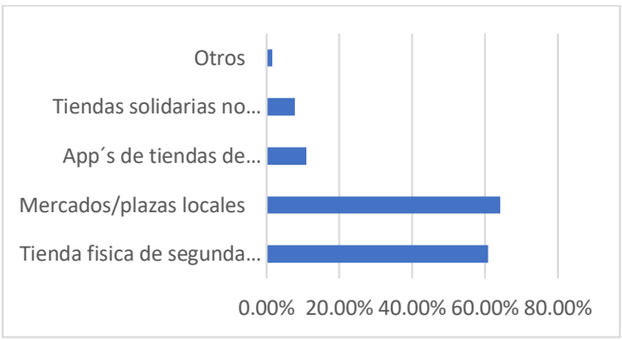
ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

que las nuevas. Solo porque la ropa de segunda mano cuesta menos no significa que sean de mala calidad. La mayoría de las veces, es todo lo contrario.

Box

Figura 8

¿Dónde suele comprar estas prendas de segunda mano?



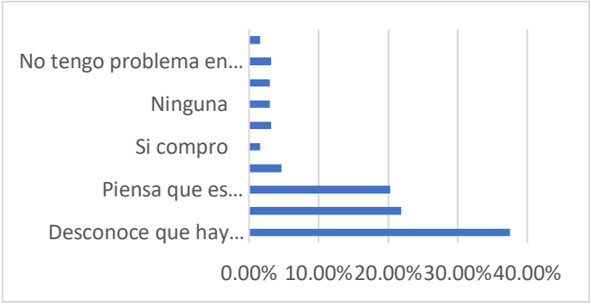
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

El lugar donde la mayoría (64.1%) de los encuestados adquieren las prendas de segunda mano es en los mercados o plazas locales, mientras que el 60.9% compran en tiendas físicas, 10.9% hace uso de Apss' de tiendas de segunda mano, solo el 7.8% lo hace a través de tiendas solidarias, no lucrativas, el impacto se ve reflejado en el crecimiento de este tipo de negocios. Los millennials y la generación Z (o Gen Z) han adoptado hábitos más ecológicos en su consumo, una tendencia que comparten ambos grupos en favor del medio ambiente. De acuerdo con datos de la consultora Deloitte, tanto millennials como integrantes de la Gen Z optan por el consumo de productos de segunda mano, en mercados o plazas comerciales (Mónica Valladolid, 2022).

Box

Figura 9

La razón por la que no compra ropa de segunda mano es:



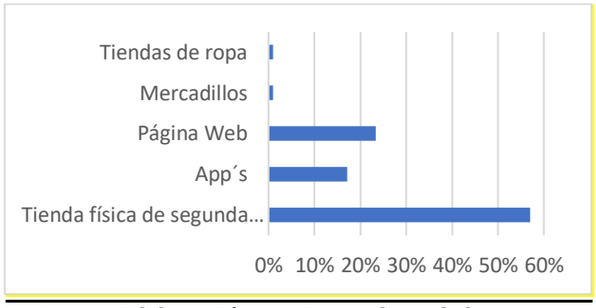
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

La razón por la que los estudiantes no compran ropa de segunda mano es porque desconocen la existencia de tiendas que comercializan este tipo de productos, observando que el 37.5% de los encuestados dio esta respuesta, el 21.9% prefiere comprar ropa nueva, el 20.4% piensa que es antihigiénico consumir ropa de segunda mano, porcentajes que se tomaron como muestras representativas para la comprobación de la hipótesis. Cabe destacar que el público joven es el principal perfil de este tipo de consumo. Jiménez-Zarco explica que los jóvenes, especialmente estudiantes a los que les gusta la moda, desean saber dónde adquirir más de este tipo de prendas ya que son los más concienciados con la sostenibilidad. Algo en lo que coinciden desde Vinted, que aseguran que su perfil típico son mujeres, antes entre 18 y 25 años, aunque ahora la franja de edad se ha desplazado a 20-35 años (Sandra Gonzáles, 2023).

Box

Figura 10

¿Dónde suele comprar ropa de segunda mano?



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

Con las respuestas de la pregunta 10, se puede decir que los lugares más frecuentados para la adquisición de ropa de segunda mano son las tiendas físicas, ya que fue del 59.4%, seguida de los mercadillos con un porcentaje de encuestados del 45.3%. Según el informe de GlobalDAta y ThredUP, actualmente, 2 de cada 5 consumidores de ropa de segunda mano aseguran estar en un proceso de cambios de hábitos de consumo, pasando de comprar de las tiendas retail fast fashion a las de second hand (Morillo, 2022).

Discusión

La investigación sobre el consumo de ropa de segunda mano entre estudiantes de Ingeniería Financiera de la UPFIM aporta un análisis novedoso en un contexto poco explorado dentro de la literatura existente. Si bien el estudio se apoya en antecedentes globales que señalan la importancia del consumo responsable en términos ambientales y económicos, se identifica un vacío en el conocimiento sobre

ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

cómo este fenómeno se manifiesta en México, particularmente en sectores estudiantiles. En países desarrollados, el mercado de la ropa de segunda mano ha sido ampliamente documentado, pero las diferencias culturales y económicas en países en vías de desarrollo, como México, merecen mayor atención. Este vacío es particularmente relevante en el ámbito de la educación superior, donde el comportamiento de los estudiantes puede ser indicativo de cambios más amplios en la cultura del consumo.

El análisis realizado en este trabajo cubre este vacío al documentar el comportamiento de un grupo específico de consumidores jóvenes, quienes enfrentan presiones financieras debido a su situación económica como estudiantes y, al mismo tiempo, muestran una creciente preocupación por el medio ambiente. Los resultados obtenidos revelan que, aunque el precio sigue siendo la principal motivación para adquirir ropa de segunda mano, hay una creciente influencia de la conciencia ambiental en las decisiones de compra. Este hallazgo es significativo, ya que demuestra que los estudiantes no solo buscan satisfacer necesidades económicas inmediatas, sino que también están adoptando comportamientos más conscientes respecto al impacto de sus decisiones de consumo en el medio ambiente.

Otro aspecto destacado del estudio es la forma en que los estudiantes combinan métodos tradicionales y digitales para adquirir ropa de segunda mano. El hallazgo de que muchos prefieren mercados locales y tiendas físicas, pero cada vez más utilizan aplicaciones de compra en línea, resalta un proceso de transformación en los hábitos de consumo, donde lo digital complementa, en lugar de sustituir, las prácticas tradicionales. Este punto es relevante porque muestra cómo las nuevas tecnologías están facilitando el acceso a mercados más amplios, democratizando el consumo responsable y acercando a los jóvenes a prácticas más sostenibles.

A pesar de los avances, persisten ciertas barreras que dificultan una adopción más generalizada del consumo de segunda mano, como las percepciones de falta de higiene y la falta de información sobre dónde adquirir estos productos. Este hallazgo es crucial para entender las limitaciones del mercado en expansión y cómo pueden abordarse para fomentar una mayor participación. Aquí se abre una oportunidad para intervenciones educativas y de concienciación que no solo informen sobre los beneficios económicos de la ropa de segunda mano, sino también sobre su impacto ambiental positivo y los mitos relacionados con su higiene.

Conclusiones

Las conclusiones de esta investigación sobre el consumo de ropa de segunda mano por estudiantes de Ingeniería Financiera de la UPFIM subrayan varios hallazgos importantes que contribuyen al conocimiento en este campo. En primer lugar, se ha evidenciado que, para estos estudiantes, el principal incentivo para la compra de ropa de segunda mano sigue siendo el ahorro económico. La práctica se consolida como una opción viable para quienes buscan maximizar sus recursos en un contexto donde las presiones financieras son constantes. Sin embargo, más allá del aspecto económico, la investigación también revela un creciente interés en las cuestiones medioambientales. Este hallazgo es relevante, ya que indica que los jóvenes están adoptando una mentalidad más consciente sobre el impacto de sus decisiones de consumo, lo que podría influir en las tendencias futuras de compra.

Otro aporte relevante es la identificación de la coexistencia de métodos tradicionales y digitales para adquirir ropa de segunda mano. Si bien los mercados locales y tiendas físicas siguen siendo populares, el uso de plataformas digitales está en aumento, lo que refleja una transición en los hábitos de compra. Esto sugiere que el mercado de segunda mano en México está comenzando a adoptar la digitalización, algo que puede ampliar el acceso a más consumidores y contribuir al crecimiento de este mercado. Este fenómeno debe ser monitoreado, ya que podría ofrecer una percepción sobre cómo se desarrollarán los futuros mercados de segunda mano en el país.

A pesar de estos hallazgos, la investigación también identifica limitaciones que ofrecen oportunidades para futuras investigaciones. Uno de los principales obstáculos observados es la persistencia de percepciones negativas en torno a la higiene de la ropa de segunda mano, lo que frena su adopción más generalizada. Aunque la mayoría de los estudiantes están abiertos a esta práctica, sigue existiendo una barrera cultural que limita su crecimiento en ciertos sectores. Esta es un área que merece mayor atención, ya que la eliminación de estos estigmas podría acelerar la adopción del consumo responsable.

En cuanto a las limitaciones del estudio, una de ellas es que la muestra se centró exclusivamente en estudiantes de una sola carrera dentro de una universidad específica, lo que podría limitar la

ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

Surname, Name 1st Author, Surname, Name 1st Co-author, Surname, Name 2nd Co-author and Surname, Name 3rd Co-author. Article Title. ECORFAN Journal-Mexico. Year. V-N: Pages [Times New Roman No. 8]. DOI: https://doi.org/10.35429/

generalización de los resultados a otras poblaciones estudiantiles o contextos educativos. La investigación futura podría ampliarse a diferentes regiones o sectores de la sociedad, así como comparar el comportamiento de consumo en distintos niveles socioeconómicos o áreas de estudio, lo que brindaría una perspectiva más amplia sobre el fenómeno.

Este estudio contribuye a una mayor comprensión de cómo los factores económicos y ambientales influyen en las decisiones de consumo de los jóvenes en México. Aunque los estudiantes de Ingeniería Financiera parecen estar en la vanguardia del consumo responsable, las barreras socioculturales persisten, ofreciendo oportunidades para intervenciones educativas que promuevan una mayor conciencia sobre los beneficios de la ropa de segunda mano. Además, la expansión del uso de plataformas digitales para la compra de estos productos señala una tendencia que podría transformar el mercado en el futuro cercano.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses. No tienen intereses financieros en competencia, conocidos ni relaciones personales que pudieran haber parecido influir en el artículo del que se informa en este artículo.

Contribución de los autores

Cruz Sánchez Eduardo, did most of the work, including the main research, data analysis, initial writing of the manuscript and the organization of the content. Assumes the main responsibility in the direction and execution of the research project. The first co-author, Trejo-Encarnación Patricia, contributed significantly in complementary aspects, such as data collection, the implementation of experiments, or in the review and editing of the manuscript, playing a crucial role in ensuring the accuracy and soundness of the research. Finally, the second co-author, Hernández Gómez Diana, provided technical assistance, analysis of secondary data, support in the discussion of the results and critical review of the text, helping to refine the clarity and cohesion of the final document, Moctezuma Navia Dalia Alejandra, provided technical assistance, analysis of secondary data, support in the discussion of the results and critical review of the text, helping to refine the clarity and cohesion of the final document.

Disponibilidad de Datos

Los datos de las encuesta aplicada en este estudio fueron obtenidos a través de google forms.

Financiación

La investigación no recibió ningún tipo de financiamiento

Abreviaturas

UPFIM Universidad Politécncia de Francisco I. Madero
OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Referencias

Antecedentes.

Wang, Y., Zhang, L., & Li, C. (2022). Consumer behavior towards sustainable fashion in emerging markets. Journal of Sustainable Consumption.

Daniel, A. (2023). Desafíos y oportunidades de la era post COVID-19 en el mercado de segunda mano en México. GoTrendier México.

Echeverría M. (2023). El mercado de ropa usada crece, pero tiene el reto de ser más sustentable. Revista Expansión

Castillejos, E. (2023). Datos interesantes sobre el consumo de ropa de segunda mano en América Latina. The Markethink

Soporte.

Sábada, I. (2022). Nuevas tendencias de consumo en la moda de segunda mano. El Economista.

Ochoa, C. (2022). En términos de crisis económica, la segunda mano es la mejor opción. Milenio.

Rico, J.L. (2018). Análisis del impacto económico del consumo de ropa de segunda mano en México. El Sol de Hidalgo.

Ciechelska, A., Kusterka-Jefmańska, M., & Zaremba-Warnke, S. (2024). Consumers' motives for engaging in second-hand clothing circulation in terms of sustainable consumption. Ekonomia i Środowisko, 88(1).

Cuong, D. T., Thach, N. N., & Khoi, B. H. (2024). A Bayesian Linear Regression Approach to Consumers' Intention to Purchase Second-Hand Clothing. In Partial Identification in Econometrics and Related Topics (pp. 267-275). Cham: Springer Nature Switzerland.

ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.

Mazanec, J., & Harantová, V. (2024). Gen z and their sustainable shopping behavior in the second-hand clothing segment: Case study of the Slovak Republic. Sustainability, 16(8), 3129.
Orangi, a. K. (2024). Drivers of consumer behavior towards second hand clothes in kenya (Doctoral dissertation, Kirinyaga University).
Turunen, L. L. M., & Gossen, M. (2024). From Preloved to Reloved: How Second-Hand Clothing Companies Facilitate the Transaction of Used Garments. Journal of Sustainability Research, 6(1), 1-22.

Discusiones.

Álvarez, J., Azofra, J., & Cuesta, A. (2007). El comportamiento de consumo adolescente y sus implicancias socioculturales. Revista de Estudios Sociales del Consumo, 15(2), 132-148.
Delgado, Paulette (2021). Las mujeres dominan las universidades estadounidenses ¿qué les pasó a los hombres? Observatorio Tec de Monterrey.
Keynes, J. M. (1936). The General Theory of Employment, Interest, and Money.
The Nature Conservancy. (2019). Annual Report. https://www.nature.org/en-us/about-us/who-we-are/accountability/annual-report/
Redacción Cáritas de Monterrey. (2013). La donación de ropa usada permite dar una segunda oportunidad a todas esas prendas, y vestir dignamente a un hermano en situación vulnerable. Cáritas de Monterrey. Recuperado de https://www.caritas.org.mx
Herrera, J. (2022). Estar a la moda será más costoso. El Economista.
Valladolid, M. (2022). Ropa usada y alimentos locales, preferencia de millennials y generación Z. Forbes México.
González, S. (2023). Estudio UOC: La ropa de segunda mano atrae al consumidor de 'fast fashion'. El Mundo Financiero.
Morillo, A. (2022). Cost of living crisis will drive more consumers towards secondhand fashion, with the global apparel resale market set to grow 85.5% between 2022 and 2026 to $338.4 billion. GlobalData.

ISSN: XXXX-XXXX.
RENIECYT-CONAHCYT: 1702902
ECORFAN® All rights reserved.