

ANNEX

Canvis al consum envers la crisi: Creació d'una botiga de roba de segona mà

Aroa Jumbert, Mireia Molina, Xavier Moya i Ricard Nolla

- Entrevistes a responsables de les botigues de roba de segona mà: OhLaLá i RetroCity

Aquestes dues botigues no són pròpiament de roba de segona mà, ja que normalment es treu de grans magatzems i no ha estat utilitzada. A més, al tractar-se de roba vintage, sol tenir un preu molt més alt a la resta de tendes de segona mà. Per tant, no hem tingut gaire en compte aquestes entrevistes en el nostre estudi.

1. Per què van decidir muntar una botiga de roba de segona mà?

- **OhLaLá:** Perquè li motivava el mercat de segona mà, la idea de poder reutilitzar productes.
- **RetroCity:** Perquè els hi va semblar una oportunitat molt bona ja que per aquell llavors no existien botigues dedicades al vintage i de cara anglès.

2. Ha notat un increment de les vendes amb la crisi?

- **OhLaLá:** S'han disminuït les vendes, perquè les peces són vintage, és a dir, tenen molts anys d'història i segueix sent un producte car, pel que la gent no hi pot accedir en gran mida com a conseqüència de la crisi.
- **RetroCity:** Si, arrel de la crisi s'ha notat un major increment de les vendes.

3. Quin és el perfil del consumidor?

- **OhLaLá:** Hi ha de tot, des de joves rapers, tant senyores com persones que vesteixen amb un estil més modern.
- **RetroCity:** Joves que busquen alguna peça diferent, que els diferenciï dels altres i marqui certa personalitat.

4. Quanta gent hi treballa i quan hi ha més afluència de públic?

- **OhLaLá:** 4 persones, 2 de matí i 2 de tarda. Dijous, divendres i dissabte és quan hi ve més gent a comprar.
- **RetroCity:** 3 persones fixes. Sobretot els dissabtes.

5. D'on traieu els productes?

- **OhLaLá:** És roba antiga seleccionada, provinent dels EEUU, Europa i Japó. Són peces exclusives, cuidades i en bon estat que es emmagatzema en grans magatzems d'aquests països i es compra al major.
- **RetroCity:** Es compra al major de diferents magatzems de països europeus.

6. Com fixeu els preus?

- **OhLaLá:** Depèn de l'exclusivitat dels models.
- **RetroCity:** Segons l'època, tot i que sempre s'intenta fixar el preu més baix possible en comparació a la resta de botigues.

(elaboració pròpia)

- Notícies a premsa digital
(amb link)

“Auge de la tiendas de segunda mano en tiempos de crisis”

La crisis económica reinante ha provocado un mayor movimiento en las empresas de compraventa de objetos de segunda mano. En los últimos meses, ha aumentado tanto el número de clientes en busca de precios bajos como el de personas que acuden a ellas para vender algunos artículos y hacerse de algo de efectivo.

En España, el 37 por ciento de la población ya ha utilizado este sistema. Pero se aclara desde el sector que ha sido mayor el incremento de vendedores que el de compradores, por lo cual temen que algunas tiendas se “sobrecarguen de productos”, según la información publicada por La Nación.

Un estudio sobre la actividad del sector en los últimos dos años, hecho por la empresa Simple-Lógica, muestra que también ha disminuido la proporción de personas reticentes a utilizar estos establecimientos para lograr capital, al pasar del 41 al 31 por ciento de la población, en el caso de España.

Una de las más importantes tiendas de este tipo es Cash & Converters, de origen australiano, que cuenta con alrededor de 500 locales en todo el mundo. Sólo en España, la empresa facturó en 2008 unos 56 millones de euros, y en el último semestre del año pasado sus beneficios operativos en el Reino Unido crecieron un 120 por ciento.

Los productos de electrónica, imagen y sonido, telefonía móvil y joyería son los más demandados a la hora de comprar y vender. Alejandro de Reguero, director de Mercadotecnia para España y Portugal de Cash & Converters, explicó que los artículos que se venden en sus tiendas pasan por un control policial para evitar la venta de artículos robados. El directivo recordó además que estos establecimientos tienen la capacidad de adaptar los precios al mercado en pocos días.

Sebastián Rojo, supervisor de compras de la empresa Second Market, ha observado que las personas que acuden a estas tiendas a vender sus productos ahora buscan con mayor intensidad el local donde se le paga más por artículo, aunque la diferencia de precio sea mínima.

A pesar de que los precios que se ofrecen son muy competitivos, se vende mucho menos en los últimos meses, agregó. Rojo considera que las tres principales razones que llevan a la gente a vender son: desprenderse de lo innecesario, conseguir dinero extra y reemplazar los artículos obsoletos por otros más modernos.

www.reflejosocial.com/crisis/auge-de-la-tiendas-de-segunda-mano-en-tiempos-de-crisis/

“La venta de artículos de segunda mano está en auge”

La tendencia a comprar y vender artículos de **segunda mano** cada vez es mayor en nuestro país. Muchas mujeres deciden revender ropa, mobiliario, juguetes, etc. y recuperar entre un 30% y un 50% del precio de compra pagado inicialmente.

No cabe duda, que este tipo de acciones influyen negativamente a nivel macroeconómico en el tejido empresarial y muchas empresas están ofreciendo otras ventajas a sus clientes para evitar la reventa de sus productos, como por ejemplo financiación a plazos, periodos de garantía mayores, más funcionalidades, etc., como sucede con la venta de electrodomésticos, videojuegos, muebles, etc.

Las encuestas realizadas por el INE dirigidas a la población que reside en viviendas familiares señalan que los españoles han recortado el gasto de sus hogares, reduciendo los gastos en viajes, restaurantes, entretenimientos, etc. Sin embargo, la venta de artículos de segundamano on line, principalmente a través de **portales de anuncios**, ha visto incrementar sus ventas de forma creciente, entorno a un 5% cada año durante la última década.

Las llamadas **tiendas de ahorro**, muchas de ellas administradas por organizaciones sin fines de lucro, no empezaron a despegar hasta finales de la década de 1980 y aunque la evolución de las mismas ha ido despacio actualmente una investigación demuestra que aproximadamente el 20% de los consumidores visita una de estas tiendas al menos una vez al año.

Esta claro, que la reventa de artículos de segunda mano esta pasando por uno de sus mejores momentos.

www.merkatia.com/blog/2009/01/02/la-venta-de-articulos-de-segunda-mano-esta-en-auge/

“Tiendas de segunda mano triunfan en crisis”

Las empresas de compraventa de objetos de segunda mano han visto en los últimos meses cómo aumenta el número de clientes que acuden a estos establecimientos y, de hecho, el 37 por ciento de la población ya ha utilizado este sistema para lograr efectivo o adquirir productos a bajo precio.

Según explicaron fuentes del sector, la crisis económica ha incrementado el número de usuarios de estas empresas tanto para vender como para comprar productos. El aumento de operaciones ha sido más acentuado a la hora de lograr dinero a cambio de artículos y por eso estos establecimientos temen que una contracción del consumo pueda provocar que algunas tiendas se "sobrecarguen de productos".

La compañía Cash&Converters, que cuenta con 44 establecimientos en España y 500 tiendas en todo el mundo, ha experimentado un incremento en usuarios y en operaciones según se acentuaba la crisis económica.

El director de Mercadotecnia para España y Portugal de Cash&Conerters, Alejandro de Reguero, valoró este crecimiento y recordó que estos establecimientos tienen la capacidad de adaptar los precios al mercado en pocos días.

Además, según un estudio sobre el sector hecho por la empresa Simple-Lógica en los dos últimos años, además de incrementarse el número de usuarios, ha disminuido la proporción de personas reticentes a utilizar estos establecimientos para lograr capital, al pasar del 41 al 31 por ciento de la población.

Estos establecimientos de compraventa de productos usados, de origen australiano, tuvo en 2008 una facturación sólo en el mercado español cercana a los 56 millones de euros, mientras que en el último semestre del pasado año Cash&Converters creció el 120 por ciento en sus beneficios operativos en el Reino Unido.

Según Reguero, en el último semestre se ha notado más el aumento de la gente que acude a vender sus productos en los establecimientos en España.

Los productos más demandados en estas tiendas a la hora de comprar y vender son los de electrónica, imagen y sonido, telefonía móvil y joyería. El directivo de Cash&Converter dijo también que los productos que se venden en sus tiendas pasan por un control policial para evitar la venta de artículos robados.

El supervisor de compras de la empresa Second Market, Sebastián Rojo, agregó que las personas que acuden a estas tiendas a vender sus productos ha cambiado en los últimos meses y ahora buscan con mayor intensidad el local donde se le paga más por artículo, aunque la diferencia de precio sea mínima.

Rojo destacó que a pesar de que los precios que se ofrecen son muy competitivos, se vende mucho menos en los últimos meses. Las tres principales razones que llevan a la gente a vender son en primer lugar desprenderse de lo innecesario, conseguir dinero extra y reemplazar los artículos obsoletos por otros más modernos.

www.intereconomia.com/es/informacion_financiera/claves/20090312702_tien-das-segunda-mano-crisis-37-por-ciento-usan.html

“ La crisis da alas al comercio de segunda mano”

La crisis económica ha fulminado numerosos comercios. Sin embargo, hay algunos negocios que no sólo se han salvado de la hoguera, sino que han experimentado una época de bonanza con la llegada de las estrecheces económicas. Es el caso de las tiendas de segunda mano, una opción que muchos bilbaínos nunca habían barajado hasta que ha llegado una época de vacas flacas. Según coinciden en afirmar los establecimientos del sector asentados en la capital, el actual escenario económico ha llevado a sus locales a un público que hasta ahora no había mostrado interés en adquirir productos usados.

De este modo, las ventas han aumentado en los últimos tres meses hasta un 10%. Pero la fórmula que más ha crecido es la del empeño, o venta con opción a recompra, una modalidad que ofrecen algunos establecimientos como 'El bazar de lo usado', un clásico bilbaíno del gremio ubicado en Santutxu. El negocio ha registrado un incremento del 30% en el número de clientes que dejan en depósito durante un mes

alguna de sus pertenencias a cambio de una cantidad de dinero. «Al finalizar el plazo, el 90% de las personas viene a recuperar sus objetos pagando un recargo», explica el encargado, José Negrete, quien señala que el oro, «un valor seguro», es el recurso más socorrido para quienes necesitan dinero fresco.

Sobre todo ahora, con la Navidad a la vuelta de la esquina. «Los niños, la hipoteca... la gente utiliza este sistema porque no llega a final de mes, no lo hacen para pagarse lujos», insiste Negrete. El encargado, sin embargo, deja caer que él tampoco puede comprar todo lo que le llevan, porque tiene que adelantar el dinero y «uno da de sí lo que da». «Los que nos dedicamos a esto tenemos que establecer ahora un equilibrio. Elegir más los artículos que nos ofrecen: comprar con ojo cosas que tengan salida», matiza.

Lo dice por experiencia, porque en su tienda le han ofrecido enseres «de todo tipo». «Si alguien se quedase un par de días en el bazar fliparía», admite. En su afán por conseguir unos euros contantes y sonantes, ha habido personas que le han tentado hasta con pararrayos y dentaduras postizas de oro. Según cuenta, lo que mejor se vende son los artículos de imagen y sonido, así como los artículos deportivos y los videojuegos.

En 'Cash Converters' -una firma con delegación en Bilbao- también aseguran que estos son los productos estrella del negocio. Los más demandados por los clientes y los que más les venden. «Sale rentable. Gente que nos trae un iPod puede recuperar del 80 al 85% de lo que le costó», destaca. Eso sí, siempre y cuando esté en buen estado y no sea una antigualla.

Tal y como explican los portavoces de la empresa, cuando una persona pone sobre el mostrador el objeto que pretende vender en una de estas tiendas, se inicia una negociación para fijar un precio y, cuando se llega a un acuerdo, se firma un contrato donde se registra el número de serie del producto. Toda la operación se filma en vídeo. Además, la Policía recibe un listado de los productos para cotejarlos y asegurarse de que no son robados.

En busca de gangas

Los dependientes de las tiendas de Emaús en Bilbao, sobre todo las de ropa usada, también han detectado que aunque los inmigrantes siguen constituyendo su principal grupo de clientes -aproximadamente el 40% de sus usuarios-, ahora se ve gente «de todas las edades y de todas las clases sociales». «Incluso hay señoras que vienen a comprarle cosas a las hijas pero luego les ocultan que son de segunda mano -apunta Nines Pérez, coordinadora de ventas de la empresa-. Como el 'stock' se renueva continuamente, hay personas que entran dos y tres veces al día para ver si cazan alguna ganga. Y, en ocasiones, tienen suerte. «Hay veces que nos llega ropa sin estrenar, con las etiquetas y todo. También nos hemos encontrado con prendas de Loewe muy poco usadas o de Adolfo Domínguez... y también con vaqueros de marca. Lo nuestro no es un todo a cien, hay productos muy majos que nos dona la gente. De hecho, en nuestra tienda de Sabino Arana pueden entrar cada día 300 ó 400 personas», aclara. Por su parte, en 'Union Recycling', firma especializada en moda, no han notado un mayor número de clientes, porque, según explican, las tiendas como las de Cáritas o Emaús, «más baratas» están capitalizando el 'subidón'.

Para las asociaciones de consumidores, el comercio de segunda mano es una buena opción, porque fomenta el consumo sostenible. «La garantía de sus productos es de un año y se pueden cambiar por un artículo similar o pedir la devolución del dinero.

Suelen funcionar muy bien y apenas hemos registrado reclamaciones por problemas con estas tiendas», explica José Luis Segura, responsable de comunicación en la sede bilbaína de la asociación de consumidores EKA-OCU. Según apunta, la crisis ha hecho florecer en la villa este tipo de comercios, «muy asentados en países como Holanda o Inglaterra». «Es típico de una situación como la actual, donde también están cobrando

auge los productos blancos y los negocios de reparación de coches, calzado o ropa»,
detalla.

<http://www.elcorreodigital.com/alava/20081201/vizcaya/crisis-alas-comercio-segunda-20081201.html>

- Enquesta passada:

1. Sexe

Femení

Masculí

2. Edat

[18-22]

[23-27]

[28-37]

[38-47]

[48-57]

[58-65]

Més de 65

3. Professió:

4. A quin districte viu?

5. On acostuma a realitzar les seves compres de roba?

Als comerços del barri

Comerços d'altres barris

A grans superfícies (centres
comercials)

Centre de BCN

Altres

6. Com a conseqüència de la crisi, ha canviat el seu comportament a l'hora de
consumir, reduint la seva despesa?

Sí, totalment

Només en els productes de
primera necessitat (roba,
aliments,...)

Només en els productes
normals

De cap manera

Només en els productes
innecessaris (capritxos)

7. Coneix alguna botiga de roba de segona mà? Quina?

8. Ha comprat mai a una botiga de roba segona mà?

Sí (passa a la 9)

No (passa a la 10)

9. Amb quina freqüència realitzes les compres a una botiga de segona mà?

Sempre

Habitualment

De tant en tant

En ocasions puntuals

Mai

10. Si és que no, quin és el motiu?

Manca d'informació

Producte de mala qualitat

Desconeixement sobre la procedència del producte
Preferència a productes nous

No m'ho havia plantejat mai
Altres

11. Estaria disposat a fer-ho davant problemes econòmics?

Sí

No, pel motiu anterior

12. Marqui tres paraules que descriguin la seva visió envers la roba de segona mà:

Brut

Vell

Dolent

Reutilitzable

Gastat

Ganga

Econòmic

Deixat

Bo

Aprofitable

Oportunitat

Diferent

13. Quin és el seu grau de prejudici amb la roba de segona mà? (0-poc, 10-molt)

14. Quin tipus de producte li agradaria trobar a la botiga?

Pantalons

Calçat

Samarretes

Complements

Jaquetes

15. A quin tipus de comerç preferiria realitzar les teves compres?

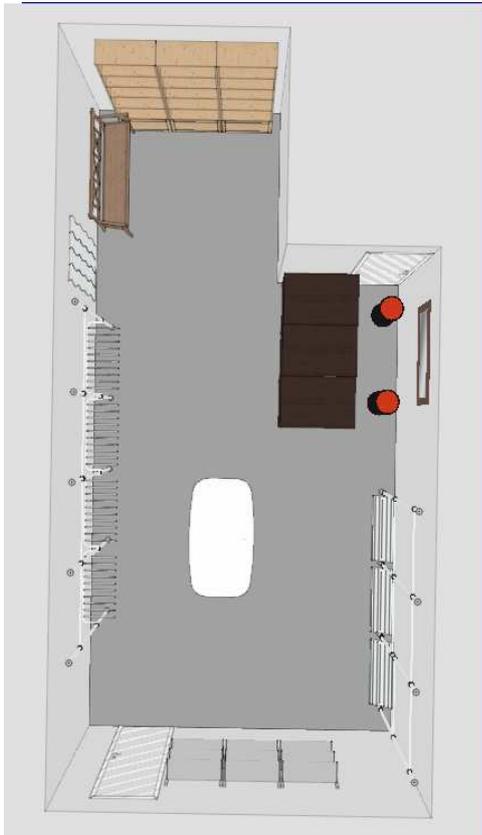
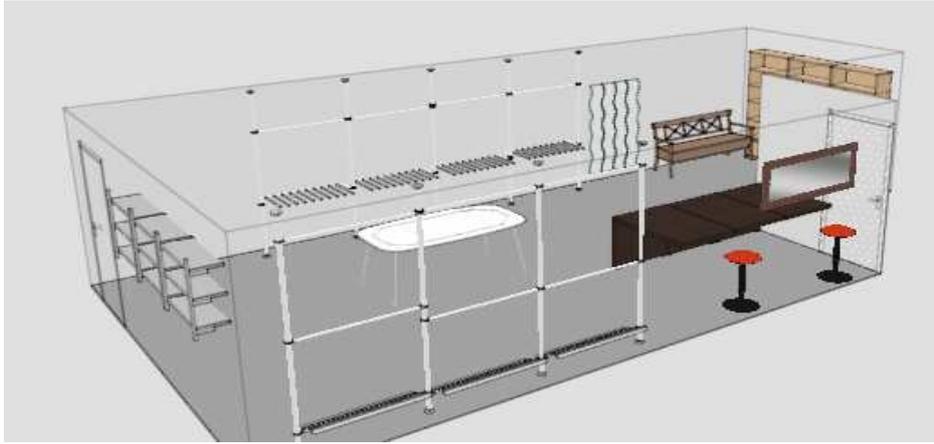
Outlet

Botiga de tares

Botiga de segona mà

Cap de les anteriors

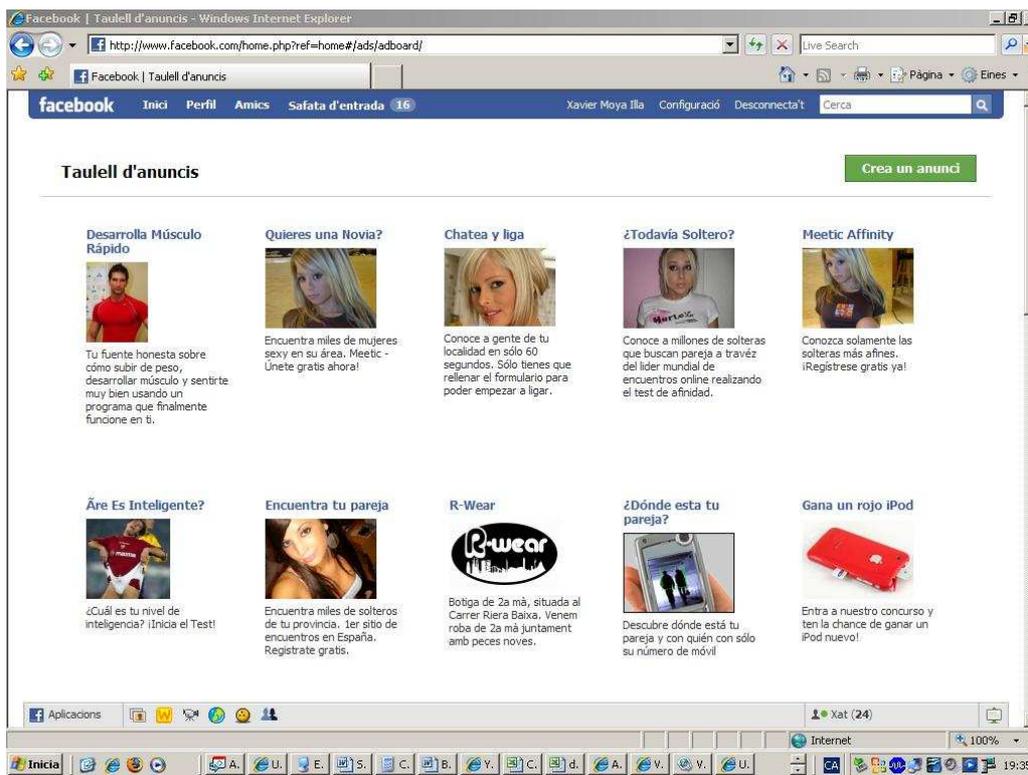
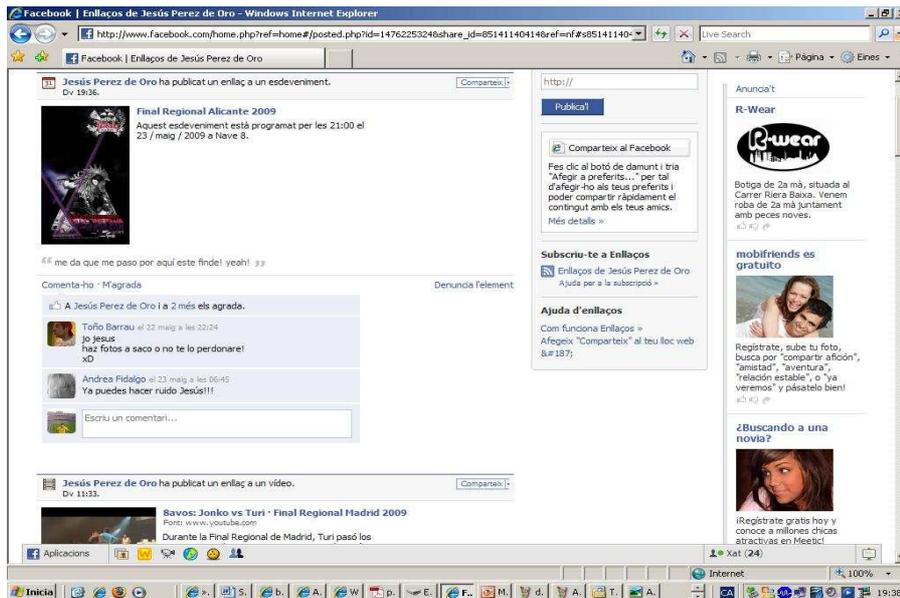
• Disseny del local (diferents perspectives)



• Logo de la botiga



Publicitat via facebook



- Taules amb costos

			Cantidat	Precio	Total
	70106606	STOLMEN herrera aluminio 2m	10	€ 4,00	€ 40,00
	60076285	STOLMEN herrera aluminio	7	€ 2,00	€ 14,00
	50086572	ALVE lbr c 82x206 tinte envej	3	€ 165,00	€ 507,00
	90138593	GRIMLE N meso 180x100 blanco/corrad	1	€ 79,00	€ 79,00
	10137903	INGOLF bca coc 174 tinte envej	1	€ 199,00	€ 199,00
	10073878	JONDAL spj 140x60 marrón oscuro	1	€ 39,95	€ 39,95
	30112280	ASPVIK estn prd 80 aluminio	3	€ 79,90	€ 239,70
	40086822	VITAMIN tbr Lehult rojo/negro	2	€ 44,95	€ 89,90
	60116069	EXPEDIT esc 115x78 negro-marrón	3	€ 39,00	€ 117,00
	70060284	STOLMEN poste cnx aluminio	9	€ 28,00	€ 252,00
	30060276	STOLMEN bar arm 110 gris plata	10	€ 3,50	€ 35,00
	60062472	STOLMEN estn zaptr 110 gris plata	3	€ 14,00	€ 42,00
	20062469	STOLMEN prcha pantal gris plata	4	€ 14,00	€ 56,00
	94890300	KRABB spj 160x20	4	€ 9,99	€ 39,96
				Total (IVA incl.)	€ 1.850,51