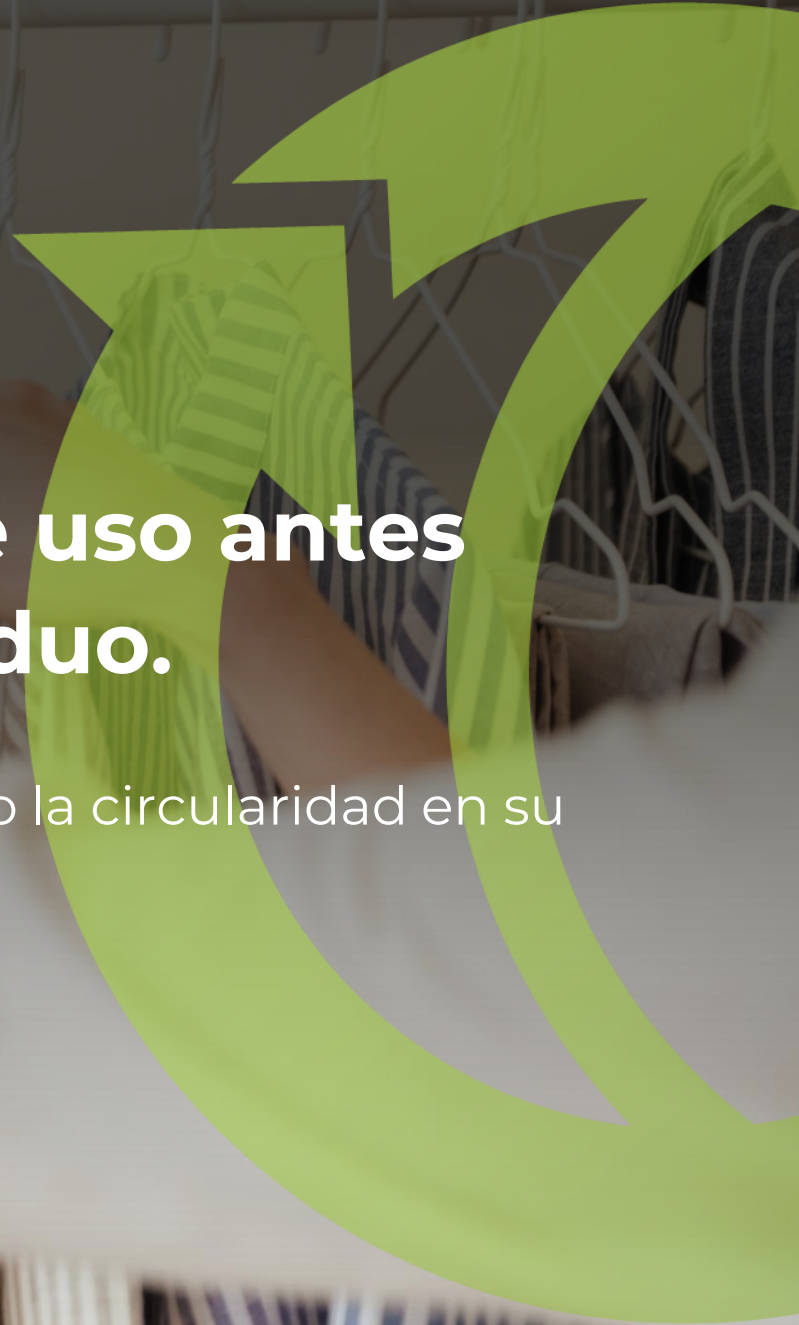


2025



**Trabajamos para alargar el tiempo de uso antes
que un producto se convierta en residuo.**

Ayudamos a las marcas de moda a fidelizar clientes integrando la circularidad en su modelo de negocio.



Introducción

En la actualidad, las marcas de moda **se están enfocando en desarrollar productos durables y de calidad.**

La Agenda 2030 con la normativa de responsabilidad ampliada del productor (RAP), está aumentando las exigencias de las empresas textiles y de calzado haciendo que **los productores se responsabilicen de todo el ciclo de vida del producto.**

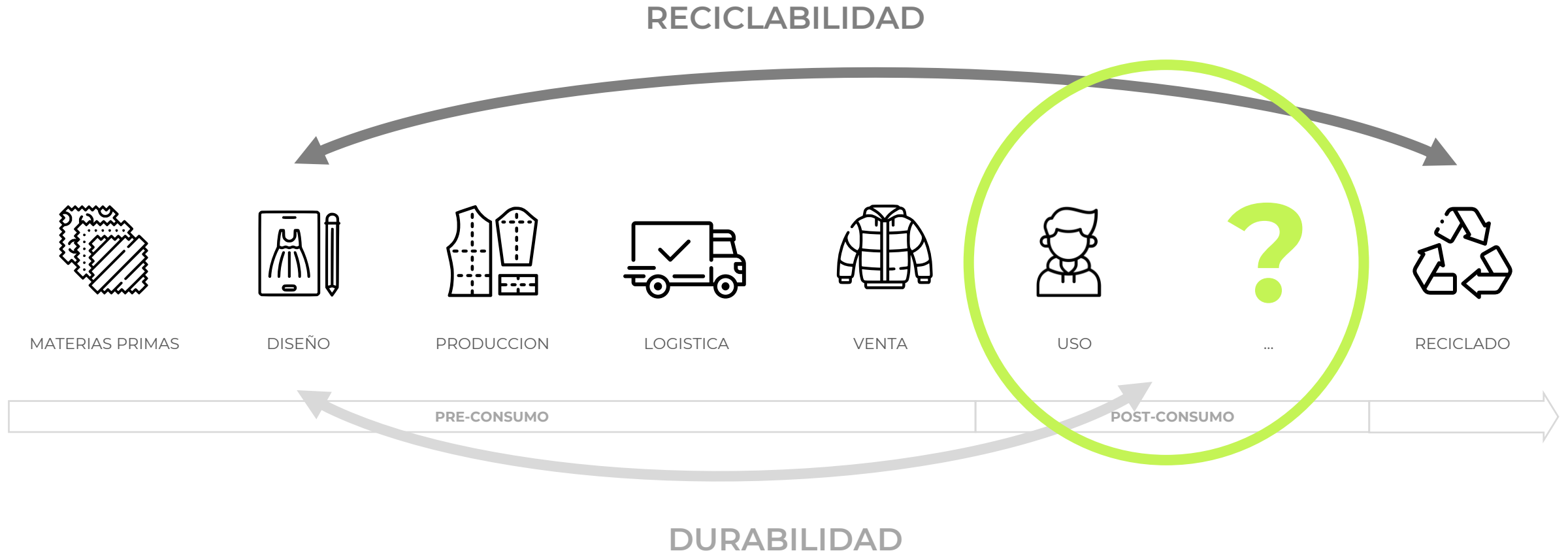
Por otro lado, **se espera que la venta de ropa y calzado de segunda mano crezca a nivel mundial un 127% entre 2022 y 2027** y algunas marcas se están empezando a explotar de este mercado creando canales C2C para sus artículos.

Desde ecoDoers **ofrecemos una solución para crear negocio y fidelizar clientes enfocada en un nuevo modelo de consumo circular,** con la intención de cumplir los requerimientos de la Agenda 2030 y aprovechar el negocio de segunda mano.



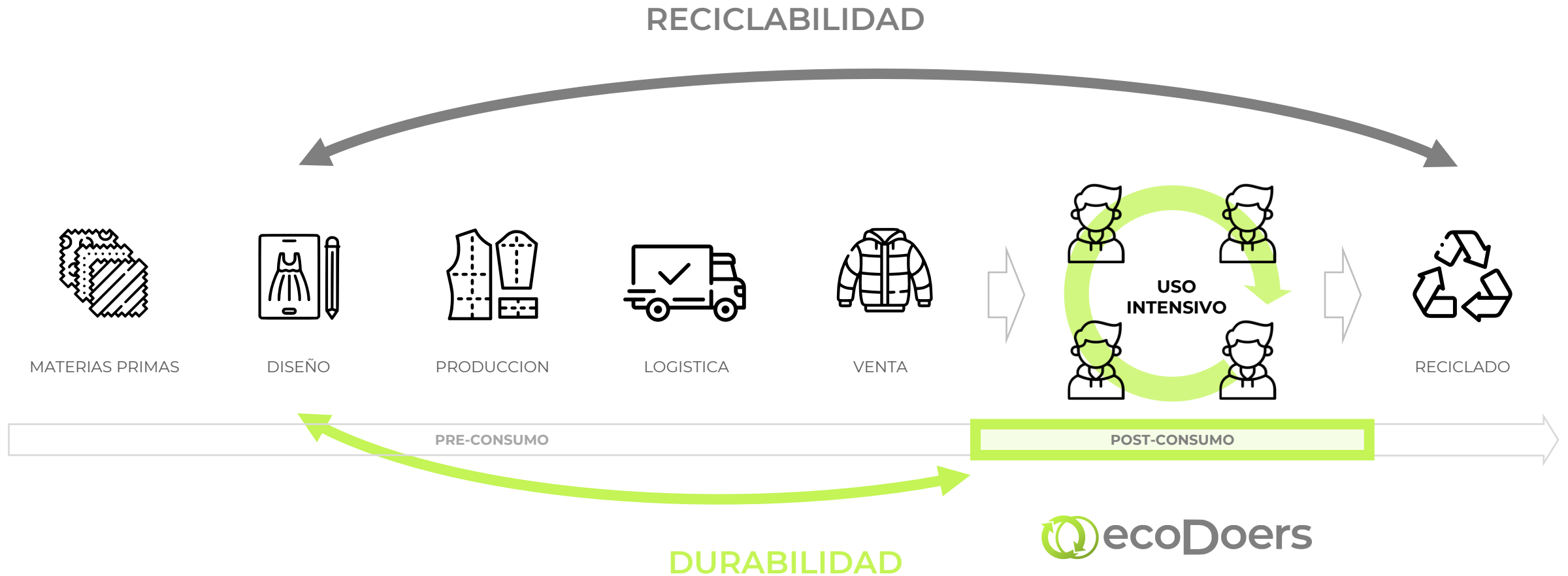
Sostenibilidad y core business en moda

Materias primas, diseño y producción al servicio del ahorro de recursos y el reciclado



Activar el uso intensivo del producto

Introducir al cliente en un nuevo modelo de consumo circular



Reducción del impacto ambiental de la moda

Emisiones de CO2, agua y energía en consumo de ropa de segunda mano

Comprar y usar ropa de segunda mano en lugar de nueva reduce las emisiones de carbono en un promedio del 25%

Impacto en el ciclo de vida de comprar una prenda de segunda mano en lugar de nueva



Nuevo	16,3	76,59	1070,1
Segunda mano	12,5	60,11	733,6

Ahorro segunda mano	3,81 Kg de CO2	16,48 kWh Energía	336,4 Litros Agua
--------------------------------	---------------------------	------------------------------	------------------------------

Si todos compraran un artículo de ropa de segunda mano en lugar de nuevo este año, se ahorraría el equivalente a:

0,9B Kg de CO2 → **76M autos
Fuera de la carretera por un día**

87B Litros de Agua → **46B días
Agua que bebe una persona**

4B kWh de Energía → **37B horas
Mirando Netflix**

Fuente: Green Storu Inc. Life Cycle Assessment 2022

Mercado global

El mercado de segunda mano ya **representa entre el 3% y el 5% del mercado global de la ropa.**

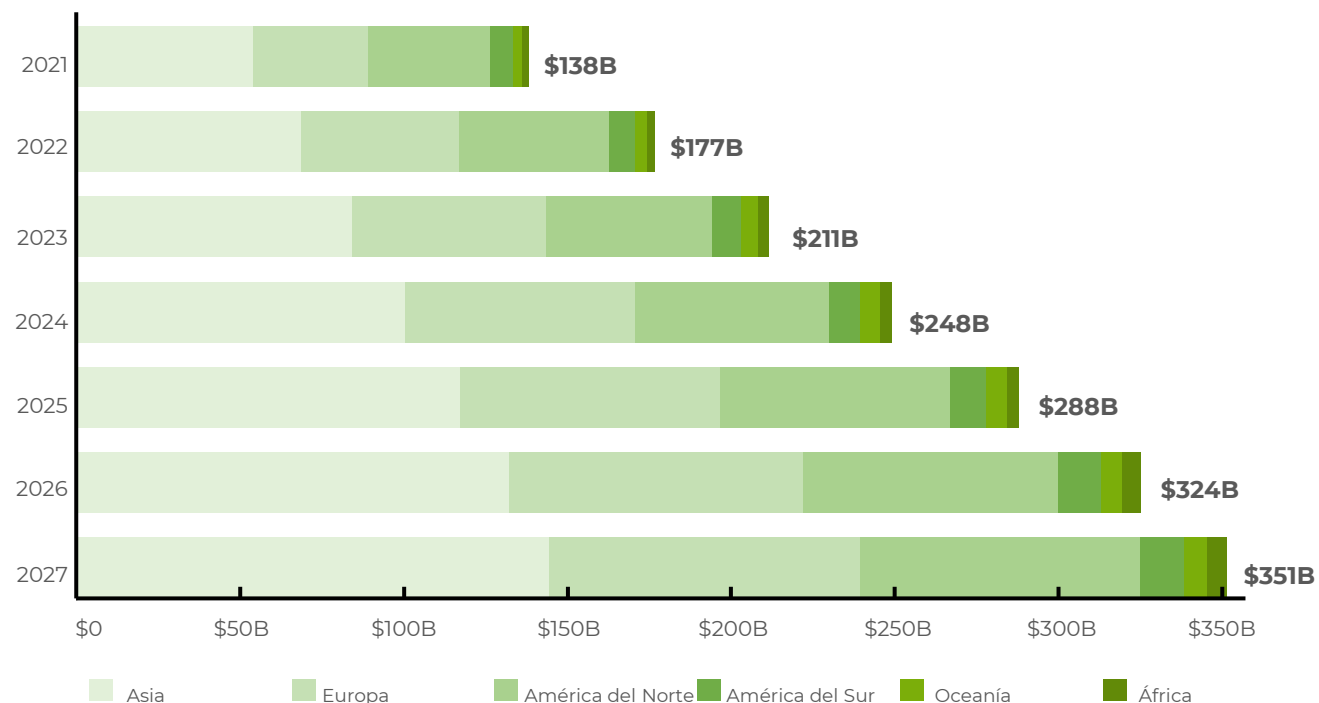
La venta de ropa de segunda mano ha experimentado un **crecimiento del 28% en 2022.**

Se espera que el **10% del sector de la moda** esté compuesto por prendas de segunda mano **en 2024.**

En 2022 el valor del mercado mundial de prendas de segunda mano **creció un 28%** respecto al año anterior, alcanzando los 177 mil millones de dólares estadounidenses.

Se espera que el mercado de moda de segunda mano **crezca un 127%** de 2022 a 2026 alcanzando los 351 mil millones de dólares en todo el mundo.

Se estima que el mercado mundial de prendas de vestir de segunda mano **crezca 3 veces más rápido en promedio** que el mercado mundial de prendas de vestir en general.



Se espera que el mercado mundial de ropa de segunda mano crezca 3 veces más rápido en promedio que el mercado mundial de prendas de vestir en general

Mercado en España

El 46% de las personas entrevistadas en España en la macroencuesta Statista Consumer Insights entre julio de 2022 y junio de 2023 declararon comprar artículos de segunda mano, mientras que de las consultadas entre enero y noviembre de 2019 sólo el 36% lo hacía.

Los productos más adquiridos son la ropa con 16% de las personas, le siguen los libros, las películas, la música y los juegos con 13%, el calzado con 10% y la electrónica de consumo con 9%.

En porcentaje de compradores, España se encuentra por debajo de países como Francia 31% o UK 29%, lo que demuestra gran recorrido para el crecimiento en la venta de prendas de segunda mano.

Humana cerró 2023 con un 19% de crecimiento en facturación respecto al año anterior.

¿Qué compran de segunda mano los españoles?

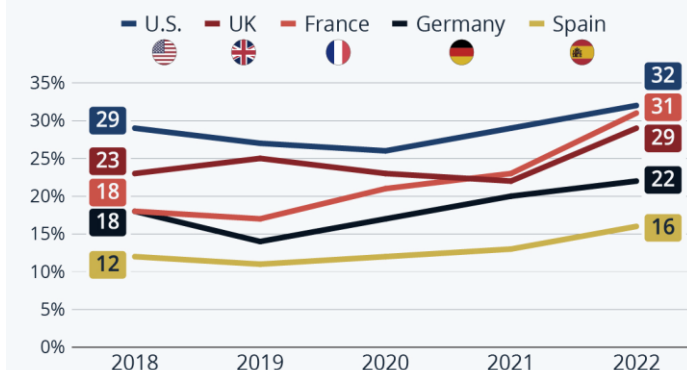
Porcentaje de encuestados que han comprado los siguientes productos de segunda mano en los últimos doce meses



2.024 encuestados (18-64 años) online en España entre julio de 2022 y junio de 2023. Respuesta múltiple. Productos más populares. Fuente: Statista Consumer Insights

Second-hand Clothes Shopping Sees Slight Uptick in 2022

Share of respondents that have bought second hand clothing in the prior 12 months since 2018



2,000-10,000 adults (18-64 y/o) surveyed per country and year Source: Statista Consumer Insights

El mercado español tiene un potencial de crecimiento de usuarios del doble para ponerse al nivel de otros países Europeos

Cliente y motivaciones para vender

España, espacio en el armario y dinero para volver a comprar prendas

En 2022 en España el 75% de las mujeres de la Gen Z han comprado ropa usada y el 68% la han vendido, frente al 70% y 72% de las Millennials.

El consumidor de productos de segunda mano es un comprador consciente e informado, que aboga por un consumo responsable.

De los consumidores que venden ropa de segunda mano, el 34,3% lo hace para tener un dinero extra, el 23,6% por cuestiones de sostenibilidad, el mismo porcentaje para hacer hueco en el armario y el 18% para comprar prendas nuevas.



Fuente: WeAreTesters

Motivaciones donde la marca participa en segunda mano

EEUU



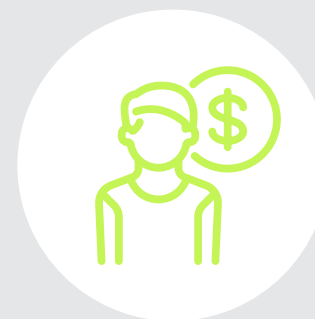
60%

que venden buscan recuperar el valor residual e invertirlo en prendas segunda mano 39% o primera mano 20% o en general 39%.



64%

de la Generación Z busca un artículo de segunda mano antes de comprarlo nuevo.



82%

de la Generación Z ha considerado el valor de reventa del producto de moda antes comprarlo.



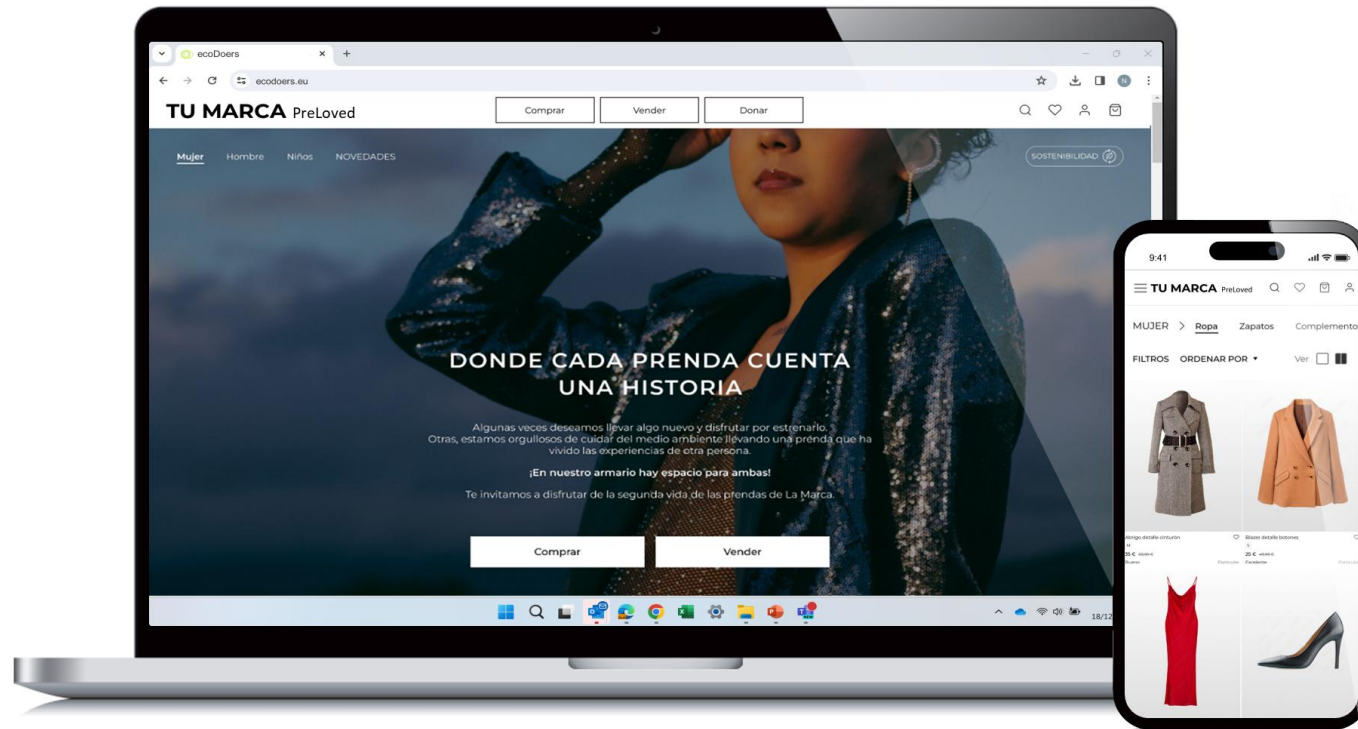
42%

de la Generación Z tiene menos probabilidades de comprar un artículo de vestir si no tiene un buen valor de reventa

Las tiendas de segunda mano lentamente empiezan a competir con las marcas de moda



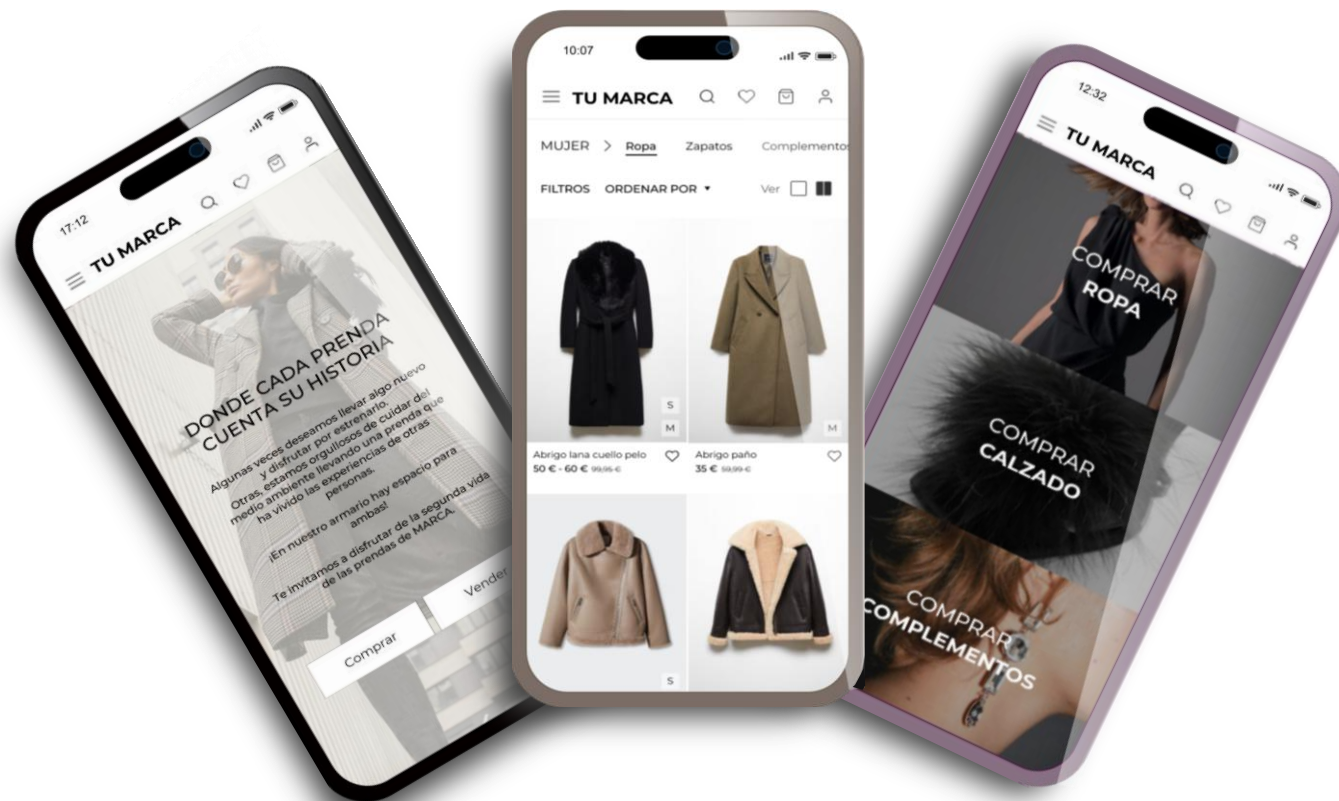
Plataforma que se integra dentro de la web de la marca para **alargar el tiempo de uso antes que un producto se convierta en residuo.**



C2C
Segunda
mano

B2C
Restos de
inventario

La sostenibilidad como disparador



Recibe reconocimiento por el aporte al medioambiente de los artículos que compras o vendes



¡Comparte tu contribución al medioambiente en tus RRSS!

Misión



ecoDoers ofrece a las marcas de moda un servicio de venta de productos durables que están fuera del circuito comercial que, más allá de cumplir con la normativa 2030, les permita:

- **Aprovechar el negocio de segunda mano**
- **Vender muestrarios y restos de inventario**
- **Fidelizar clientes**
- **Incrementar el impacto positivo**

Nuestra propuesta de consumo circular tiene como objetivo:

- Facilitar a las marcas acciones positivas en otras fases del ciclo de vida del producto
- Reforzar el valor de comprar productos durables y de calidad frente a los clientes, bajo la premisa que pueden recuperar el valor residual del producto una vez que ya no desean usarlo
- Crear diferenciación en base a la sostenibilidad
- Implicar e incentivar a los consumidores a tener un consumo responsable

La reventa, un programa con dos beneficios

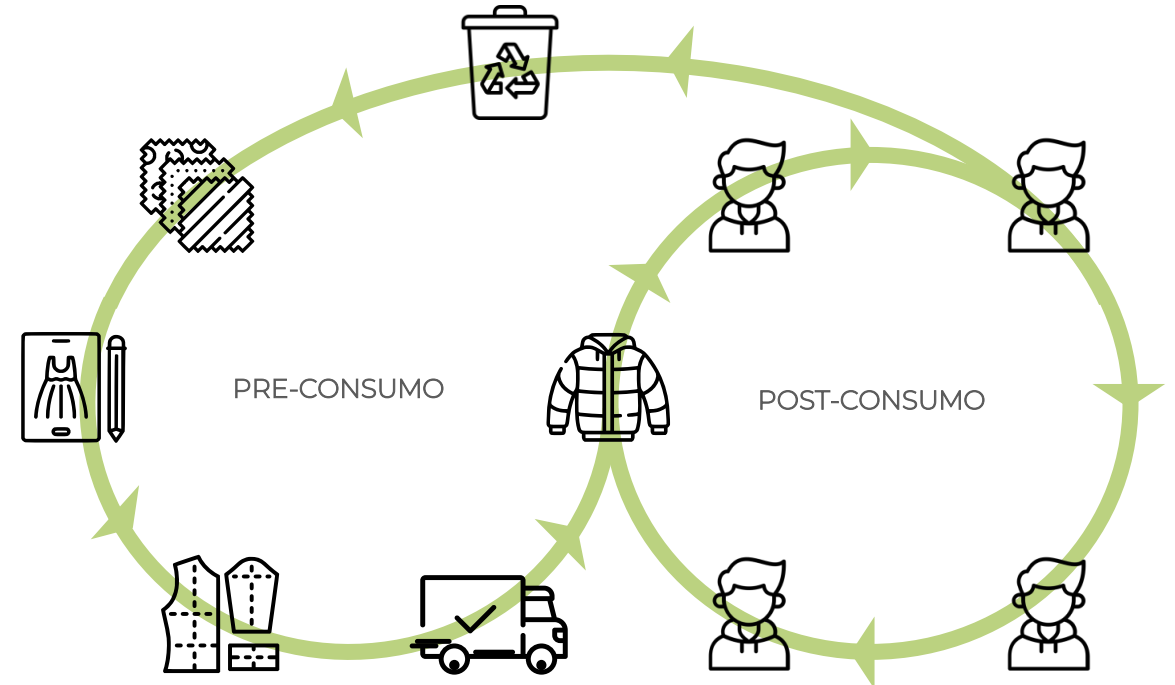
Negocio

La reventa es un nuevo canal para el crecimiento del negocio de la marca que complementa otros canales y se integra en la estrategia comercial de la empresa.



Sostenibilidad

Con la reventa, la marca pone en valor la durabilidad de sus artículos y se integra en la sostenibilidad post-consumo, haciéndose responsable de todo el ciclo de vida del producto.



Beneficios de los programas de reventa desde la marca



NUEVOS INGRESOS

Crear un flujo de ingresos adicional para el negocio sin tener que aumentar la producción.



FIDELIDAD Y RETENCIÓN

Mantener el cliente comprando en el ecosistema de la marca ofreciéndoles beneficios al elegir crédito para comprar de primera mano.



NUEVOS CLIENTES

Atraer clientes con mentalidad sostenible como Millenials y Generación Z o aquellos que buscan comprar a precios más bajos.



SOSTENIBILIDAD

Incentivar el uso intensivo del producto facilitando el consumo circular de productos durables y de calidad. Análisis y reporting.



NOTORIEDAD

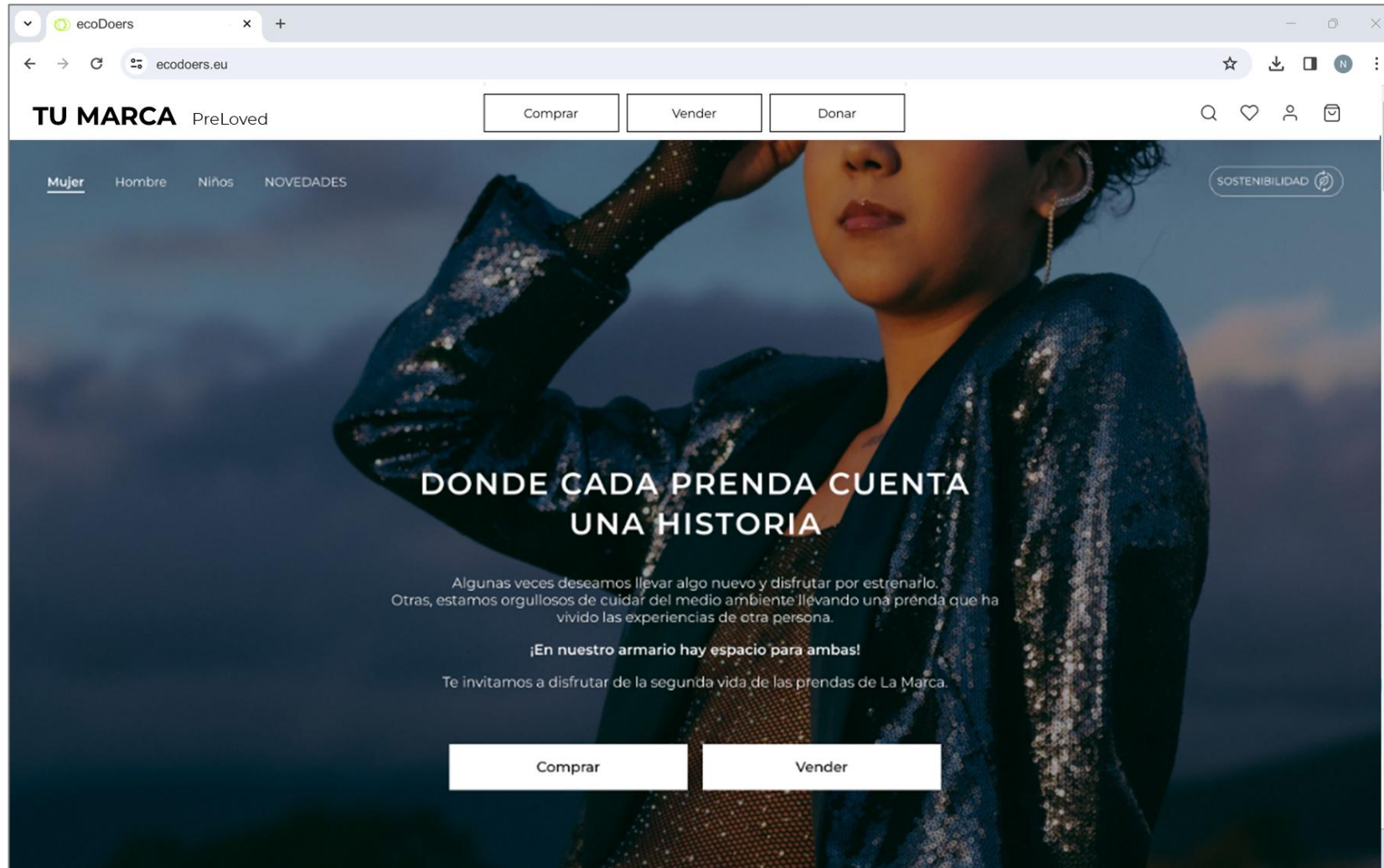
Convierte a tus clientes en los actores principales del consumo responsable y ofréceles la posibilidad de presumir de sus buenos actos.



INFORMACIÓN

Trazabilidad para el reporting y análisis de datos de clientes y artículos para tomar futuras decisiones comerciales y mejorar el marketing del ciclo de vida del cliente.

Demo



Proceso

Sin desarrollos y con mínimas operaciones por parte de la marca

1

ESTRATEGIA DE REVENTA

Creamos una estrategia personalizada para cada marca teniendo en cuenta sus objetivos de negocio y sostenibilidad y considerando su modelo comercial y operativo actual.

2

DESARROLLO E IMPLEMENTACION

Construimos una experiencia de compra digital similar a la primera mano, que adaptamos a los atributos diferenciales de la marca, su filosofía y look & feel.

3

SERVICIO DE APOYO

Colaboramos en la preparación de la plataforma para el lanzamiento, gestionamos la atención al cliente, trabajamos desde la aprobación de listados hasta la resolución de incidencias para garantizar el éxito del programa.

4

EVOLUCION DEL PROGRAMA

Ayudamos a optimizar y hacer crecer el programa, brindamos soporte a los equipos de marketing de la marca y colaboramos en el análisis de datos para crear conocimiento post-consumo.



Barcelona - España

Rambla de la Exposición, 59

08800 Vilanova i la Geltrú, Barcelona

Tel.: (+34) 644 159 528

www.ecodoers.eu

hello@ecodoers.eu