

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Victoria Valero Isidro

PROGRAMA: E4

GRUPO: B

FECHA: 27/10/2023

Director Asignado: Rosendo Ríos, Verónica  
Apellidos Nombre

**Título provisional del TFG:**

Sostenibilidad en la Moda en el Siglo XXI: Percepción e Influencia en las Decisiones de Consumo

**ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 4 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)**

Firma del estudiante:



Fecha: 27/10/2023

## A. TÍTULO DEL PROYECTO: “Sostenibilidad en la Moda en el Siglo XXI: Percepción e Influencia en las Decisiones de Consumo”

Este proyecto tiene como objetivo analizar y proponer un modelo de sostenibilidad en la industria de la moda del siglo XXI, así como explorar la percepción de los consumidores acerca de las prácticas de sostenibilidad y su influencia en sus decisiones de compra. Para lograrlo, se examinará las tendencias y prácticas de marketing actuales en la industria de la moda con respecto a la sostenibilidad, centrándose en la empresa de joyas estadounidense “Christiana Layman Designs”, e identificando áreas donde se pueden hacer mejoras significativas que ayuden al crecimiento y desarrollo de la misma. Para ello, se realizará una serie de encuestas y análisis de mercado que determinen las actitudes y preferencias de los consumidores en relación con productos sostenibles, además de una revisión bibliográfica acerca de las prácticas de empresas similares en el sector. Con base en los hallazgos de dicha investigación, se propondrá un modelo de toma de decisiones que la industria de la moda puede adoptar para avanzar hacia la sostenibilidad.

## B. OBJETIVOS:

1. Destacar la relevancia de la toma de decisiones en el contexto de la sostenibilidad en la industria de la moda del siglo XXI.
2. Identificar las competencias necesarias para abordar la toma de decisiones en este sector.
3. Investigar las posibles variables que pueden tener un impacto negativo en la percepción y en las decisiones relacionadas con la sostenibilidad en la moda, y proponer estrategias para superar dichos obstáculos.
4. Desarrollar un enfoque que garantice la adecuación al entorno apropiado al tomar decisiones sostenibles en la moda, junto con los pasos que comprenden el proceso de toma de decisiones.
5. Analizar las decisiones específicas tomadas por Christiana Layman Designs que hayan influido en su sostenibilidad, comparando estas decisiones con aquellas de empresas del sector y determinando las razones que llevaron a decisiones desacertadas en el contexto de la sostenibilidad en la industria de la moda del siglo XXI.

## C. METODOLOGÍA

Con el propósito de lograr los objetivos previamente establecidos en el contexto de la sostenibilidad en la industria de la moda del siglo XXI, se implementará una investigación de carácter tanto explicativo como cuantitativo. El enfoque principal de esta se dirige tanto a describir la importancia de toma de decisiones acertadas como a comprender y explicar los factores que reducen o eliminan el fracaso en dichas decisiones. Para alcanzar este objetivo, se llevará a cabo una revisión bibliográfica que abarque una amplia gama de fuentes relacionadas con la toma de decisiones, la percepción por parte de los consumidores, y sus implicaciones en el ámbito de la sostenibilidad en la moda, además de realizar encuestas a los consumidores actuales y potenciales

de Christiana Layman Designs. Asimismo, se adoptará un enfoque multidisciplinario que permitirá obtener una visión holística de la doctrina, lo cual es fundamental para el alcance de los objetivos globales de este estudio en el contexto de la sostenibilidad en la industria de la moda del siglo XXI.

## D. ÍNDICE PROVISIONAL

### 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del tema

1.2. Objetivo principal

1.3. Diseño metodológico

1.4. Estructura del trabajo

### 2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. Qué es tomar decisiones

2.1.1. Importancia

2.1.2. Causas y Sesgos

2.2. Qué es la percepción

2.2.1. Importancia

2.2.2. Causas y Sesgos

### 3. INVESTIGACIÓN

3.1. El concepto de desarrollo sostenible

3.2. La sostenibilidad en la industria de la moda en el siglo XXI

3.3. Análisis de casos prácticos en empresas del sector

3.3.1. Christiana Layman Designs

3.3.2. Percepción de sostenibilidad en Estados Unidos

3.4. Estudio cuantitativo: Encuesta

### 4. CONCLUSIONES

4.1. Conclusiones

4.1.1. Análisis explicativo

4.1.2. Análisis cuantitativo: resultados

4.2. Recomendaciones

### 5. BIBLIOGRAFÍA

### 6. ANEXOS

## E. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Marchal Martín, L. (2019). ANÁLISIS DE MODELOS DE NEGOCIO DE EMPRESAS DE MODA INSPIRADAS POR EL MOVIMIENTO “SLOW FASHION”. Universidad Pontificia Comillas. URL: [retrieve \(comillas.edu\)](#)

Martínez Barreiro, A. (2020). Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. Universidad de la Coruña. URL: [1657-6357-soec-40-00051.pdf \(scielo.org.co\)](#)

Romero Serrano, C. (2021). El mercado de la moda sostenible en Estados Unidos. ICEX. URL: [El-mercado-de-la-moda-sostenible-en-EEUU.pdf \(componentescalzado.com\)](#)

Statista. (s.f.). Moda sostenible en el mundo. Statista. URL: [https://es.statista.com/temas/10262/moda-sostenible-en-el-mundo/#topicOverview](#)

Štefko, R. & Steffek, V. (2018). Key Issues in Slow Fashion: Current Challenges and Future Perspectives. Sustainability, 10, 2270.

## F. CALENDARIO DE TRABAJO

MES	SEMANA	PROPUESTA	INTRODUCCIÓN	ANÁLISIS EXPLICATIVO Y CUANTITATIVO	CONCLUSIONES
OCTUBRE	4				
NOVIEMBRE	1				
	2				
	3				
	4				