

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Sol González García

PROGRAMA: E4

GRUPO: A

FECHA: 23 / 10 / 2024

Director Asignado: Hernández Sánchez
Apellidos

Clemente
Nombre

Título provisional del TFG:

EL FENÓMENO DE LAS STARTUPS DE STREETWEAR

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:

Fecha: 23 de octubre de 2024

ÍNDICE PRELIMINAR

1. **Resumen / Palabras clave ⇔ Abstract / Key words**
2. **Introducción**
 - Contextualización del fenómeno del streetwear en España.
 - Importancia y relevancia de las startups en el sector.
3. **Marco teórico**
4. **Investigación**
 - 4.1 **Perfil de los fundadores y características de las startups**
 - Jóvenes emprendedores y su formación empresarial.
 - Factores que influyen en la creación de estas marcas.
 - 4.2 **Estrategias de marketing y modelos de negocio**
 - Uso del marketing digital, "drops" y colaboraciones.
 - Estrategias de diferenciación y posicionamiento.
 - 4.3 **El impacto de las redes sociales y la cultura digital**
 - Influencia de Instagram, TikTok y otras plataformas.
 - Opinión de los consumidores y construcción de comunidades.
5. **Resultados**
6. **Discusión / Conclusiones**
7. **Declaración de uso de herramientas de inteligencia artificial**
8. **Bibliografía**
9. **Anexos**

OBJETIVO

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es analizar el creciente fenómeno de las startups de streetwear en España, con un enfoque en marcas como Scuffers, Nude Project, Cold Culture o EME Studios. Estas marcas han logrado posicionarse como referentes sociales entre la Generación Z y han sido fundadas por emprendedores jóvenes con poca o nula formación empresarial formal. Además, se busca estudiar los elementos comunes y diferenciadores que han facilitado su crecimiento acelerado. El propósito aquí es identificar los factores clave que han permitido a estas startups implementar modelos de éxito en un corto período de tiempo. Por otro lado, se busca evaluar el impacto de las estrategias de marketing, que son fundamentales en el éxito de estas startups. Entre los aspectos a investigar estarán: las estrategias de lanzamiento limitado (los llamados "drops"), las colaboraciones con influencers y el marketing en redes sociales.

Finalmente, también se analizará la influencia de la cultura digital en el crecimiento de estas startups. La digitalización y el cambio en los hábitos de consumo han favorecido el auge de marcas emergentes que, sin necesidad de grandes infraestructuras, han sabido aprovechar las plataformas online para lanzar y promocionar sus productos, creando un estilo de vida aspiracional y una identidad cultural compartida por sus seguidores.

METODOLOGÍA

Se ha considerado que para este trabajo son técnicas acertadas las siguientes:

Análisis de casos: Se estudiarán tres marcas específicas (Scuffers, Nude Project, Cold Culture o EME Studios) como ejemplo para analizar sus trayectorias, estrategias y modelos de negocio. La elección de estas marcas se debe a su actual relevancia en el mercado español y su popularidad entre la Generación Z.

Revisión bibliográfica: Se recopilará información de fuentes académicas, artículos de prensa, blogs especializados y publicaciones sobre moda urbana, emprendimiento, estrategias de marketing y redes sociales.

Entrevistas y encuestas: Se realizarán entrevistas a los fundadores de estas marcas y encuestas a consumidores jóvenes para evaluar sus percepciones y preferencias. El objetivo es entender cómo el marketing y la cultura digital han influido en la popularidad de las startups de streetwear.

BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

- Oliveras, P. & Riaño, P. (2024, 10 octubre). *Anatomía de una 'start up': el caso Nude Project*. Modaes. <https://www.modaes.com/empresa/anatomia-de-una-start-up-nude-project-y-la-nueva-generacion-de-la-moda>
- Koulopoulos, T. and Keldsen, D. (2014) *The Gen Z Effect*.
- Cuervo, C. (2020, 14 junio). *La apasionante historia de la moda en tiempos de cambio*. Harper's BAZAAR. Recuperado el 18 de octubre de 2024, de <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a32836166/moda-tiempos-cambio-historia-crisis/>
- Bello, A. (2022). La revolución del 'streetwear': moda hecha por y para los jóvenes. *elEconomista.es*. Recuperado el 15 de octubre de 2024, de <https://revistas.eleconomista.es/franquicias/20-22/noviembre/la-revolucion-del-streetwear-moda-hecha-por-y-para-los-jovenes- HC12544751>