

## Registro de la Propuesta del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Lucía Marta Gutiérrez de Terán Aguanell

PROGRAMA: E-3 GRUPO: B FECHA: 22/10/2024

Director Asignado: Srinivasan, Anitha  
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

*"El comportamiento del consumidor ante la ropa sostenible"*

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

Firma del estudiante:

Firma del Director:

Lucía Marta Gutiérrez de Terán Aguanell

Fecha: 22/10/2024

**PROPUESTA DE TRABAJO DE FIN DE GRADO:**  
**EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ANTE LA ROPA SOSTENIBLE**

**1. Objetivo del trabajo de fin de grado**

El objetivo general de este trabajo es realizar un análisis exhaustivo del comportamiento de los consumidores del siglo XXI en relación con la adopción de la ropa sostenible, explorando en profundidad los factores que motivan o frenan sus decisiones de compra. La investigación busca comprender cómo los valores, percepciones y actitudes hacia la sostenibilidad influyen en las elecciones de moda, en un contexto en el que la industria textil enfrenta crecientes demandas de responsabilidad social y ambiental.

Los objetivos específicos son los siguientes: el primero es examinar la evolución histórica y el impacto ambiental y social de la moda sostenible. A continuación, pretendo identificar las motivaciones y barreras que afectan a la adopción de ropa sostenible por parte de diferentes generaciones considerando factores como el precio, la calidad percibida y la conciencia ambiental. El tercer objetivo es explorar la brecha entre las actitudes de los consumidores hacia la sostenibilidad y su verdadero comportamiento real y efectivo. Por último, se buscará proporcionar recomendaciones basadas en el análisis de datos para fomentar el consumo responsable en la industria de la moda, haciendo propuestas para marcas y empresas que incentiven el consumo de moda sostenible

**2. Bibliografía**

Niinimäki, K. (Ed.). (2018). *Sustainable Fashion in a Circular Economy*. Aalto University.

ONU (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible: Guía práctica para la implementación*. Naciones Unidas.

Rey-García, M., & Suárez, T. (2019). El reto de la moda sostenible. *Trespacios, Vázquez, Estrada, & González (Eds.), Omnichannel Marketing: las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo omnicanal*, 275-294.

Rodríguez Gutiérrez, N. (2022). Análisis de la percepción del consumidor sobre la moda sostenible (Bachelor's thesis).

Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable Development*, 18(1), 18-31. doi:10.1002/sd.394

**3. Metodología**

El trabajo seguirá un enfoque metodológico mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para proporcionar un análisis del comportamiento del consumidor frente a la ropa sostenible. La revisión bibliográfica consistirá en la recopilación de artículos

académicos y libros relacionados con la sostenibilidad en la moda, el comportamiento del consumidor y los ODS relevantes, así como en la revisión de informes de mercado y estudios de casos.

En cuanto a los métodos cuantitativos, se llevarán a cabo encuestas dirigidas a los consumidores de distintas generaciones con el fin de recoger datos sobre sus actitudes, hábitos de compra y conocimiento de la moda sostenible. Los datos obtenidos serán analizados utilizando herramientas estadísticas, que permitirán realizar un análisis descriptivo y pruebas de hipótesis.

Los métodos cualitativos incluirán la realización de entrevistas en profundidad a conocedores y emprendedores de moda sostenible para obtener una visión detallada sobre el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado. Además, se llevará a cabo un análisis de casos de estudio, seleccionando empresas con prácticas sostenibles destacadas para evaluar su impacto en la percepción de los consumidores.

Finalmente, se efectuará un análisis comparativo, en el que los resultados serán contrastados con estudios previos para identificar los patrones comunes y diferencias en los comportamientos observados.

#### **4. Índice**

##### **1. Introducción**

- 1.1. Justificación y relevancia del tema
- 1.2. Objetivos del trabajo

##### **2. Contexto de la Moda Sostenible**

- 2.1. Breve historia de la moda sostenible
- 2.2. Moda y sostenibilidad en el siglo XXI
- 2.3. Problemas ambientales y sociales de la industria de la moda

##### **3. Comportamiento del Consumidor**

- 3.1. Factores que influyen en la decisión de compra
- 3.2. Actitudes hacia la moda sostenible
- 3.3. Barreras y motivaciones para el consumo responsable

##### **4. Investigación Propuesta**

- 4.1. Hipótesis y preguntas de investigación
- 4.2. Metodología empleada
- 4.3. Diseño del cuestionario y muestras

##### **5. Resultados Esperados y Discusión Inicial**

- 5.1. Potenciales hallazgos y su impacto
- 5.2. Implicaciones para la industria de la moda

##### **6. Conclusiones y Recomendaciones Provisionales**

- 6.1. Conclusiones preliminares
- 6.2. Futuras líneas de investigación