

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas con Mención Internacional (E-4)



Presentado por:
Paula Marie Kammerer
Número: 201916389

Presentado a:
Prof. Manuel Francisco Morales Contreras

Múnich, 01.11.2020

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Paula Marie Kammerer

PROGRAMA: E4

GRUPO: A

FECHA: 01.11.2020

Director Asignado: Morales Contreras
Apellidos

Manuel F.
Nombre

Título provisional del TFG:

Tema:

Un análisis empírico de las tendencias futuras en Fashion Retail.

Problemática:

Como Covid 19 ha cambiado las tendencias futuras en el sector de Fashion Retail en el mundo. Un análisis empírico de los cambios estructurales en la industria, el comportamiento de los consumidores y la tecnología.

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

Firma del estudiante:



Firma del Director:



Fecha: **01.11.2020**

El aumento de las expectativas de los clientes, los enormes avances tecnológicos y, lo que es más importante, el impacto de Covid19 han repercutido en las tendencias de Fashion Retail en todo el mundo.

Tema:

Un análisis empírico de las tendencias futuras en Fashion Retail.

Problemática:

Como Covid 19 ha cambiado las tendencias futuras en el sector de Fashion Retail en el mundo.
Un análisis empírico de los cambios estructurales en la industria, el comportamiento de los consumidores y la tecnología.

Objetivos:

Este TFG tiene un objetivo principal (OP) y para lograrlo se han definido 5 objetivos secundarios (OS).

OP: Dar respuesta a identificar las diferentes tendencias futuras en Fashion Retail en el mundo.

OS1: Entender los nuevos comportamientos de los consumidores

OS2: Evaluar el impacto del comportamiento de los consumidores a Fashion Retail

OS3: Identificación de las nuevas tendencias de la estructura en la industria

OS4: Identificación de las nuevas tendencias de la tecnología.

OS5: Análisis y evaluación de los posibles riesgos en el sector de Retail fashion

OS6: Determinar como Covid19 ha cambiado las tendencias futuras

Propuesta de Metodología

Este TFG se basa, por un lado, en los conocimientos adquiridos en la literatura y, por otro, en

1) **una entrevista a un experto** en relación con las tendencias futuras en Retail – Alejandro Mondragon - Principal BDM, Retail DACH AWS y debido al estado anticuado de la literatura con respecto al comportamiento de los consumidores 2) **una encuesta** para recoger y evaluar una visión contemporánea de los deseos de los consumidores. Tras la entrevista con el experto y la encuesta, se llevará a cabo un análisis de contenido cualitativo bien fundado de la investigación empírica.

Objetivo de la encuesta:

Identificar las necesidades y comportamientos de los consumidores para Retail Fashion

Tiempo: 5 min

Preguntas: 10-20 preguntas

Grupo de participantes: 18-50 años

Participantes: 50-100 participantes

Método para la entrevista: Online

Estructura de TFG:

El análisis se divide en los siguientes capítulos:

1. Título y autor
2. Resumen, palabras clave
3. Índice de contenido, índice de tablas y gráficos
4. Introducción al tema y explicación de la metodología
5. Estructura y enfoque
6. Marco teórico:
 - Definición y propiedades de Fashion Retail
 - Definición de tendencias (Mega trends, Macro trends, micro trends)
7. Capítulos de “trabajo de campo” exponer en detalle la metodología
8. Resultados del trabajo de campo
9. Resumen de las principales conclusiones
10. Conclusión y perspectivas
11. Referencias bibliográficas
12. Anexos

Fuentes:

1. “Statista TrendCompass 2020.” *Statista*, <https://www.statista.com/study/69166/statista-trendcompass/>. Accessed 4 Oct. 2020.
2. *The Consumer Sector in 2030: Trends and Questions to Consider* | McKinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-consumer-sector-in-2030-trends-and-questions-to-consider>. Accessed 4 Oct. 2020.
3. “NEW RETAIL REPORT 2020.” *Diconium*, <https://diconium.com/en/news/new-retail-2020.html>. Accessed 4 Oct. 2020.
4. Roggeveen, Anne L., and Raj Sethuraman. “How the COVID-19 Pandemic May Change the World of Retailing.” *Journal of Retailing*, vol. 96, no. 2, June 2020, pp. 169–71. *PubMed Central*, doi:10.1016/j.jretai.2020.04.002.
5. *Reimagining Store Operations for Retail’s next Normal* | McKinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/reimagining-stores-for-retails-next-normal>. Accessed 4 Oct. 2020.
6. *Perspectives on retail and consumer goods* | McKinsey. https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Perspectives%20on%20retail%20and%20consumer%20goods%20Number%208/Perspectives-on-Retail-and-Consumer-Goods_Issue-8.pdf. Accessed 4 Oct. 2020
7. “Coronavirus: Expected Retail Sales Losses by Region Worldwide 2020.” *Statista*, <https://www.statista.com/statistics/1115458/coronavirus-expected-retail-sales-losses-worldwide-by-region/>. Accessed 4 Oct. 2020.
8. “Global Powers of Retailing | Deloitte | Consumer Business Industry Reports.” *Deloitte*, <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>. Accessed 4 Oct. 2020.
9. “Coronavirus: Three Potential Long-Term Impacts on UK Retail.” *Peak*, <https://peak.ai/hub/blog/coronavirus-three-potential-long-term-impacts-on-uk-retail/>. Accessed 4 Oct. 2020.
10. “Retail Trends 2020 | Deloitte UK.” *Deloitte United Kingdom*, <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/retail-trends.html>. Accessed 4 Oct. 2020