

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

NOMBRE DEL ALUMNO: Ángela Vallejo Mengod

PROGRAMA: E2 - Analytics GRUPO: 5ºB

FECHA: 10/10/2024

Director Asignado: Jiménez Zarco

Apellidos

, Ana Isabel

Nombre

Título provisional del TFG:

"La experiencia del cliente como determinante del Brand Love: Comparativa entre Zara y Shein."

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)

ÍNDICE

1. Capítulo 1: Introducción
 - 1.1. Contextualización y justificación del tema
 - 1.2. Objetivos de la investigación
2. Capítulo 2: Marco teórico
 - 2.1. Antecedentes del Lovebrand
 - 2.2. Concepto de Lovebrand
 - 2.3. Consecuencias del Lovebrand
 - 2.4. Efectos de la experiencia del cliente en la creación del Lovebrand
3. Capítulo 3: Análisis empírico. Comparativa Zara y Shein
 - 3.1. Determinantes de la experiencia del cliente en Zara
 - 3.2. Determinantes de la experiencia del cliente en Shein
 - 3.3. Metodología: cuestionario y modelo de comparación
 - 3.4. Análisis de resultados
 - 3.5. Conclusión del análisis
4. Capítulo 4: Conclusión.
5. Bibliografía
6. Anexos

OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es realizar una comparación entre Zara y Shein para analizar cómo la experiencia del cliente en ambas marcas influye en la creación de *Brand Love*. Los objetivos específicos incluyen:

1. Identificar los factores clave de la experiencia del cliente que contribuyen a la generación de *Brand Love* en Zara y Shein.
2. Explorar las diferencias en la experiencia omnicanal entre ambas marcas y cómo estas influyen en las emociones de los consumidores.
3. Analizar cómo la experiencia en plataformas digitales frente a las tiendas físicas impacta en el *Brand Love* en el caso de Zara y Shein.
4. Aplicar un cuestionario a consumidores para medir sus experiencias y emociones, esperando obtener alrededor de 200 respuestas.
5. Crear un modelo que explique el lovebrand.

METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos propuestos, se procederá de la siguiente manera:

- **Revisión bibliográfica:** Se llevará a cabo una revisión detallada sobre el concepto de *Brand Love* y su relación con la experiencia del cliente, basándose en estudios clave como Carroll y Ahuvia (2006) y otros estudios sobre comportamiento del consumidor en entornos omnicanal (Ehsan PhD thesis draft).
- **Análisis comparativo de casos:** Se estudiarán las estrategias omnicanales de Zara y Shein, destacando cómo gestionan la experiencia del cliente.
- **Cuestionario:** Se diseñará un cuestionario dirigido a consumidores para evaluar su experiencia de compra (facilidad de uso de la plataforma, tiempos de entrega, atención al cliente, satisfacción general) y cómo esto influye en su apego emocional a la marca (medición del *Brand Love*).
- **Análisis de datos:** Los resultados del cuestionario se analizarán utilizando métodos estadísticos, comparando los niveles de *Brand Love* generados por las experiencias de compra en Zara y Shein.

BIBLIOGRAFÍA

- Ferreira, P., Faria, S., Rodrigues, P., & Gabriel, C. (2022). "The influence of brand experience on brand equity: the mediating role of brand love in a retail fashion brand." *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 17(1), 1-14. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0001>.
- Iftikhar, E. (2024). *Unveiling the Role of E-Brand Love in the Telecommunication Sector*. PhD Thesis, Air University, Islamabad.
- El-Barkouky, H. E. (2024). The Role of Touchpoints in Shaping the Customer Experience throughout the Customer Journey, *Scientific Journal for Financial and Commercial Studies and Research*, Faculty of Commerce, Damietta University, 5(2)1, 267-288

Park, Cheol & Macinnis, Deborah & Priester, Joseph & Eisingerich, Andreas & Iacobucci, Dawn. (2010).
Brand Attachment and Brand Attitude Strength: Conceptual and Empirical Differentiation of
Two Critical Brand Equity Drivers. Journal of Marketing. 74. 10.2307/25764280.

Firma del estudiante:

Ángela Vallejo Mengod

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by several loops and a horizontal line at the bottom.

Fecha: 10/10/2024