

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

Alejandra Charola González

PROGRAMA: E2+Analytics

GRUPO: 5ºA

FECHA: 11/09/24

Director Asignado: Juan Sentana Lledo

Título provisional del TFG:

Análisis de la industria de la moda: Estrategias de desarrollo orgánico e inorgánico del Grupo INDITEX

Firma del estudiante:

Firma del director:

Fecha: 11/09/24

Firma del Coordinador de TGF

1. Objetivo

Este trabajo tiene como finalidad analizar el mercado de la industria de la moda, centrándose en las estrategias de desarrollo y expansión tanto orgánica (estrategias de marketing o innovaciones de producto) como de forma inorgánica (adquisiciones o alianzas) del grupo INDITEX. A través de la estructura del mercado y las decisiones estratégicas de la empresa, se busca comprender cómo este grupo ha logrado consolidarse como líder en la moda global. La investigación evaluará tanto el crecimiento interno a través de las distintas variables del marketing mix, como posibles adquisiciones o asociaciones que han contribuido a su expansión.

2. Metodología

La metodología de este trabajo se divide en dos enfoques principales: una fase de investigación y un análisis crítico de datos. En primer lugar, se realizará una revisión exhaustiva de fuentes primarias y secundarias sobre la industria de la moda, con especial atención en el sector del fast-fashion y el caso de estudio de INDITEX. El análisis abarcará desde la definición y características del sector, hasta la evolución histórica y el contexto competitivo actual. En una siguiente fase, se analizarán en profundidad las estrategias de crecimiento orgánico e inorgánico adoptadas por INDITEX. Posteriormente, se realizará una interpretación crítica de los resultados, con el propósito de valorar cómo estas acciones han impulsado su liderazgo en la industria de la moda. Esta metodología permitirá no solo comprender el desarrollo de INDITEX, sino también aportar una visión crítica sobre las dinámicas de expansión en el sector del fast-fashion.

3. Índice

1. Introducción
 - a) Contexto y justificación del tema
 - b) Objetivos
 - c) Metodología
 - d) Estructura del trabajo
2. Análisis de la industria de la moda
 - a) Introducción al sector de la moda
 - i) Definición, conceptos y características
 - b) Historia de la industria de la moda
 - c) Contexto actual y principales competidores
3. Caso INDITEX
 - a) Introducción al Grupo INDITEX
 - b) Historia
 - c) Estrategias de desarrollo orgánico
 - d) Estrategias de desarrollo inorgánico
4. Conclusión
 - a) Resumen de hallazgos
 - b) Aportaciones para otros mercados

- c) Limitaciones del estudio
 - d) Líneas de investigación futuras
5. Bibliografía

4. Bibliografía

Alvarado Prieto, J. S. (2016, 10 de septiembre). *Grupo Inditex: Estrategia empresarial en la cuna del emprendimiento* [Tesis de licenciatura, Universidad Internacional de La Rioja]. Repositorio UNIR.

<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4842/ALVARADO%20PRIETO%2C%20JHONATTAN%20STIVEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bozzo, O. (2017, January 27). *Marketing mix: La P de precio (Inditex)*. Recuperado de <https://oriolbozzo.wordpress.com/2017/01/27/marketing-mix-la-p-de-precio-inditex/>

DQ Marketing Digital. (n.d.). *¿Cómo es el marketing de Zara?*. Recuperado de <https://masterenmarketingdigitaldq.es/como-es-el-marketing-de-zara/#ftoc-heading-2>

Inditex. (2022). *Annual report 2022: Clientes*. Recuperado de https://static.inditex.com/annual_report_2022/pdf/CLIENTES.pdf

Inditex. (n.d.). *Historia del grupo*. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/grupo/historia>

La Salle URL. (n.d.). *El marketing digital de Zara*. Recuperado de <https://blogs.salleurl.edu/es/el-marketing-digital-de-zara>

McKinsey & Company. (2024). *The state of fashion 2024*. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2024/the-state-of-fashion-2024-f.pdf?shouldIndex=false>

Núñez, G. (2014, April). *Inditex: especial atención a su modelo de empresa internacional*. Repositorio Comillas. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1193/retrieve>

Ocean Generation. (n.d.). *The history of fast fashion*. Ocean Generation. Recuperado de <https://oceangeneration.org/the-history-of-fast-fashion/>