



Inicio > Mercadotecnia > Estudio coloca a Zara como la marca con que más se relacionan...

Mercadotecnia México

Estudio coloca a Zara como la marca con que más se relacionan los consumidores

Zara cuenta con un valor de marca superior a los 18 mil millones de dólares, según proyecciones de Brand Finance para este 2019.

Por **Octavio Noguez** - 5-08-2019 Vistas: 2.232



Imagen de Bigstock

- **Zara cuenta con un valor de marca superior a los 18 mil millones de dólares, según proyecciones de Brand Finance para este 2019.**
- **Zara es la marca líder en ventas dentro de Inditex, la compañía dueña de tiendas como Berschka, Pull&Bear y Massimo Dutti.**
- **El retail de moda ha convertido conceptos como el de fast fashion en uno de los más populares, por el alcance que logran las marcas dentro de este.**

El mercado de *fast fashion* ha consolidado conceptos comerciales, de diseño y promocionales de gran relevancia, por el factor creativo y la capacidad que encuentran las marcas de ser cada vez más relevantes.

A partir de esta relevancia las marcas que integran dicha industria se han consolidado a nivel mundial, como un referente de cómo se tienen que aplicar apuestas que motiven la mejor relación con el consumidor.



Zara es líder en esta materia y se ha convertido en la marca de moda con la que más se relacionan los consumidores, de acuerdo al estudio 'Digitalización y Experiencia de Cliente', que es conducido por la asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora Minsait.

A la marca le siguen por este concepto firmas como *El Corte Inglés* y *Primark*, lo que pone en un papel central al *retail* y sobre todo al segmento de *fast fashion*, que a la fecha es una de las industrias con mayor desempeño en el mercado, por la adaptación al perfil con el que cuentan los consumidores.

Este perfil se ha distinguido cada vez más por obedecer de mejor forma a propuestas que no solo logran empatar en tallas, sino también lo hacen en conceptos creativos, que han hecho de las redes sociales la segunda vitrina en que se exhiben estas prendas.

Zara es una marca líder en su segmento, sin embargo, es necesario destacar que su liderazgo se ha debido en gran parte a la inspiración que ha tomado de marcas de alto costo, obligándolas a replantear la velocidad con que venden sus prendas, tal como ocurrió con *Burberry*, una marca que asumió el reto de tener en puntos de venta las prendas de sus nuevas colecciones tan pronto estas terminaran las pasarelas.

Las tiendas más rentables de Inditex

Valor de las ventas netas de Inditex en el primer semestre de 2018 (en mill. €)*



* Del 1 de febrero al 31 de julio de 2018 Fuente: Inditex



Únete a más de 120,000 lectores

Regístrate a nuestro newsletter en la siguiente forma y recibe a primera hora las noticias más importantes de mercadotecnia, publicidad y medios en tu correo.

Escribe tu nombre

Escribe tu e-mail*

REGÍSTRATE



¿Un afeitado perfecto?

BRAUN BRAUN

DESCUBRE MÁS



>> ESTÁS A UN CLIC DE CONSULTAR CONTENIDO PREMIUM DE MERCA20.COM <<

ETIQUETAS Zara



Me gusta 43 Tweet