Modaes

Back Stage

# Desigual se cuela en el ránking de las 30 marcas más valiosas de España

Zara, Movistar y Santander se mantienen en el *top 3* por tercer año consecutivo. Sólo Iberdrola y Endesa elevan su valor respecto al año pasado.

Modaes
22 oct 2020 - 12:00




Desigual saca partido de su reposicionamiento. La compañía catalana, número cuatro de la distribución de moda en España, se ha colado por primera vez en el ránking BrandZ de las 30 marcas españolas más valiosas, elaborado por Kantar.

**La compañía ocupa la posición número 30 con un valor de 221 millones de dólares**. "Creemos que es muy relevante el trabajo realizado por Desigual en diferenciación", señala Ricardo Pérez, director del estudio.

Zara continúa coronando el ránking por tercer año consecutivo con un valor de 22.000 millones de dólares. El resto del *top 3* también se mantiene sin variaciones



https://www.modaes.com/back-stage/desigual-se-cuela-en-el-ranking-de-las-30-marcas-mas-valiosas-de-espana

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

con Movistar en segunda posición y Santander en la tercera. En su conjunto, **el valor de las treinta marcas más valiosas se ha reducido un 15%** respecto a 2019, hasta 88.420 millones de dólares.

"Las marcas españolas se enfrentan a un desafío, ya que el coronavirus solo ha acelerado y adelantado sus flaquezas", explica Martin Wohlfart, director de operaciones de Kantar. "Si seguimos así no habrá ninguna marca española entre las 30 más valiosas en poco tiempo", continúa.

## Zara continúa en la primera posición de la tabla

Todas las categorías, excepto la de entretenimiento, se han visto afectadas por la pandemia y solo dos marcas, (Iberdrola y Endesa) logran frenar la caída y crecer respecto al año pasado.

**Junto a Desigual y Zara, también continúan en el ránking otras seis marcas de moda**: Massimo Dutti, Pull&Bear, Stradivarius, El Corte Inglés y Mango. Massimo Dutti se ha mantenido en la novena posición pese a reducir un 16% su valor de marca.

Por su parte, Pull&Bear ha perdido dos puestos, Stradivarius ha escalado uno y El Corte Inglés ha perdido una posición, situándose en la 13, 14 y 15, respectivamente. **En la décimo séptima plaza del ránking, igual que en 2019, se encuentra Mango**.

Además de Desigual, las nuevas incorporaciones a la lista este año son LaLiga, que entra directamente en la posición número 12, y Dia, que se sitúa en la número 29.

## Massimo Dutti, Pull&Bear, Stradivarius, El Corte Inglés y Mango son las otras marcas de moda en la tabla

"Con tanta incertidumbre y ajuste, los consumidores están mirando de nuevo las marcas que impactan en su vida diaria", dice Pérez. "Están buscando marcas confiables que puedan brindar comodidad, confiabilidad y liderazgo -continúa-; ser rápido, flexible y adaptable, tanto en términos prácticos como en términos de enfoque estratégico, es esencial ahora y ayudará a las marcas a prepararse para futuras crisis".

**"Las marcas aguantan mejor en tiempos de crisis"**, dice Josep Montserrat, presidente de Kantar España. El ejecutivo también ha señalado otros cambios que deja la



El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

pandemia, como una mayor sensibilidad al precio y el valor de las marcas conocidas. “Una marca familiar conocida es un punto de referencia en tiempos de crisis”, apunta. Al mismo tiempo, “una de cada dos personas ha probado marcas diferentes y las continuará comprando después de la pandemia”.

**La entrada en el ránking de BrandZ supone un reconocimiento al reposicionamiento estratégico que ha acometido Desigual** en los últimos años. En 2019, la empresa estrenó un nuevo logo e identidad corporativa y renovó su producto para reducir diez años la edad media de su cliente. Este giro fue una continuación del proceso de transformación puesto en marcha en 2015 y que se basaba en tres ejes: marca, producto y optimización de la red de tiendas.

<>



https://www.modaes.com/back-stage/desigual-se-cuela-en-el-ranking-de-las-30-marcas-mas-valiosas-de-espana

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.