

Back Stage

Marks & Spencer pierde interés y desaparece del ránking de las 20 primeras marcas en Reino Unido

Modaes
3 mar 2015 - 10:46

El grupo británico de grandes almacenes **Marks & Spencer** pierde interés para el consumidor británico. La compañía ha desaparecido del ránking de las veinte marcas preferidas en Reino Unido, en el que se cuela **John Lewis**, en el puesto número seis. Marks & Spencer desaparece, tras ocupar el puesto número 18 en 2014.

Marks & Spencer abandona la lista después de tres años de altibajos, registrando caídas en las ventas de su división de moda femenina y tras experimentar serios problemas con su plataforma de venta online, según se desprende del estudio *Top 20 Consumer Superbrands*, elaborado por el **Centre for Brand Analysis**.

Esta es la primera vez que el grupo británico de grandes almacenes desaparece del “corazón” de los británicos y la primera también que **John Lewis**, competencia directa del grupo inglés, se cuela en la lista de las veinte principales marcas.

Problemas en China

Marks & Spencer también se encuentra reorganizando su presencia en el mercado chino. La compañía está llevando a cabo el cierre de algunas de sus tiendas en este mercado, principalmente las menos rentables para el grupo.

La compañía ya anunció en abril del pasado año que iba a revisar todo su parque de tienda y que cerraría las que no cumplieran con el objetivo del grupo. **Marks & Spencer** bajará la persiana de cinco tiendas en Shanghái hasta agosto de 2015.

Modaes

Aun así, la compañía continúa con la intención de crecer en este mercado, con aperturas en Pekín y Guangzhou entre este año y el que viene. **Marks & Spencer** ya cuenta con una red de distribución formada por 840 tiendas en Reino Unido y más de 480 puntos de venta en el mercado internacional.

Según los últimos datos disponibles, **Marks & Spencer** cerró el primer semestre con un incremento de las ventas del 1%, hasta 4.900 millones de libras (6.260 millones de euros), impulsadas por el segmento de la alimentación, que aumentó la facturación un 3,6%.