

Modaes

Back Stage

Nike, Gucci y Louis Vuitton: las marcas de moda más valiosas del mundo

Zara es la única empresa española de moda que aparece en el ránking, según la última edición de informe de Brand Finance.

Modaes
22 ene 2020 - 00:00



Nike, Gucci y Louis Vuitton, las marcas más valiosas de la moda. La compañía estadounidense de moda deportiva y las marcas insignia de Kering y LVMH, respectivamente, lideran el *Informe de las 500 marcas más valiosas del mundo*, elaborado por Brand Finance. Zara vuelve a ser la única empresa de moda española en el ránking.

En concreto, la estadounidense **Nike ha escalado una posición, hasta el número cuarenta, y es la primera empresa de moda de la lista**, con un valor de marca de 34.792 millones de dólares (31.354 millones de euros).

Por su parte, Gucci asciende diecinueve posiciones con un valor de marca de 17.630

1/2

<https://www.modaes.com/back-stage/nike-gucci-y-louis-vuitton-las-marcas-de-moda-mas-valiosas-del-mundo-es>

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.

Modaes

millones de dólares (15.888 millones de euros). Louis Vuitton, la última en cerrar el *pódium* de las más valiosas, ha subido diecisiete posiciones y ocupa el puesto número 110 del ránking.

Por su parte, Zara es la única compañía española de moda que aparece en el estudio de Brand Finance. **La cadena de Inditex ha descendido 32 posiciones y se sitúa en el número 128 del ránking**, con un valor de 10.991 millones de euros. Este retroceso se atribuye a “los numerosos cambios en la estructura organizativa” siendo el nombramiento de Carlos Crespo como nuevo consejero delegado uno de los hechos más relevantes en el ejercicio.

Zara ha descendido 32 posiciones y se sitúa en el número 128 del ránking

Por otro lado, El Corte Inglés es la marca que más ha aumentado su fortaleza. Según el estudio, “el gigante de la distribución ha resaltado haber logrado su mejor resultado gracias a una mejora en la rentabilidad, el porfolio de marcas, la fortaleza de marcas propias y la transformación digital”.

A escala global, Amazon ha hecho historia al convertirse en la primera marca que superar los 200.000 millones de dólares (198.979 millones de euros) y conserva, por tercer año consecutivo, el título de la marca más valiosa del mundo. Las tecnológicas Google y Apple cierran el podio que configura el listado de las 500 marcas más valiosas del mundo.