
Modaes

Empresa

Amazon diseña su artillería de marcas para conquistar el negocio de la moda

El gigante del ecommerce planea lanzar al mercado ocho marcas propias con las que tratará de cubrir los diferentes segmentos de consumidores. Por el momento, el grupo no ha nombrado a nadie para pilotar el proyecto.

Modaes
24 mar 2017 - 12:51

Modaes

Image not found or type unknown



Amazon prepara su artillería para conquistar el negocio de la moda. El grupo, que en Estados Unidos está a las puertas de arrebatarse a **Macy's** el liderazgo como el mayor distribuidor de moda del país, redobla su apuesta en este ámbito con una batería de marcas propias.

El gigante estadounidense del e-commerce ha diseñado las ocho enseñas propias con las que pretende continuar ganando terreno en el sector, algunas de las cuales ya las tiene en su actual cartera.

Las enseñas para mujer serán **Lark&Ro**, de vestidos de fondo de armario; **Ella Moon**, de moda femenina de inspiración étnica; **Mae**, de íntimo y calcetería, y **Paris Sunday**,

Modaes

de vestidos y tops. Para hombre, las marcas del gigante del ecommerce serán **Amazon Essentials**, de básicos; **Buttoned Down**, de camisería *low cost*, y **Goodthreads**, su línea casual. Por último, **Amazon** lanzará también la enseña de moda infantil **Scout+Ro**.

La empresa tiene planes también para desarrollar una novena marca dedicada al deporte activo, según *WWD*. **Amazon** reanuda así su apuesta por las marcas propias de moda después de haber echado el cierre a **MyHabit** en julio del año pasado.

Amazon, que se encuentra en pleno desembarco en Europa, donde está fichando alrededor de 65.000 empleados para su nueva estructura en el continente, elevó sus ganancias en 2016, que pasaron de 596 millones de dólares a 2.371 millones de dólares. La facturación del grupo se disparó hasta 135.987 millones de dólares, un 27% más que el año anterior.