

DIFERENTES ESTRATEGIAS UTILIZADAS POR EL GRUPO EMPRESARIAL
INDITEX, CON SU LIDER EN EL MERCADO ZARA.

ANA MILENA MERA BANGUERO

Estudiante de Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Programa Especialización en Gestión Empresarial de la Institución Universitaria Politécnico Grancolobiano. E-mail:annmiler@hotmail.com

Resumen

El presente artículo muestra las diferentes estrategias utilizadas por el Grupo Empresarial INDITEX, líder en el mercado en fabricación y comercialización a nivel mundial de ropa para mujeres caballeros y niños a través de su marca principal ZARA; así como el posicionamiento en el mercado y el impacto en el consumidor final como marca de recordación, en este escrito se muestran las diferentes tácticas y el impacto que tienen las mismas, para que hoy ZARA, sea considerada la joya de la corona de este grupo empresarial.

Abstract

This article shows the different strategies used by the INDITEX Business Group, a leader in the worldwide manufacturing and marketing of clothing for women, men and children through its main brand ZARA, as well as market positioning and impact. in the final consumer as a mark of remembrance, this document shows the different tactics and the impact they have, so that today ZARA, is considered the jewel in the crown of this business group.