

DHL realiza una encuesta a consumidores sobre tendencias de la moda y su paralelismo con la logística

Los consumidores son más exigentes en cuanto a la producción y a la protección del medio ambiente

DHL ha mantenido una estrecha colaboración con la industria de la moda durante muchos años. Además de ofrecer servicios de logística para los principales eventos de este sector, la compañía también colabora con importantes asociaciones de moda y otorga premios a jóvenes diseñadores emergentes.

La encuesta de consumidores más reciente de DHL proporciona una visión general de las tendencias actuales y las expectativas de los consumidores. Alrededor de 6.000 personas del Reino Unido, Estados Unidos, Italia, Australia y Japón han participado, respondiendo a preguntas sobre sus hábitos de compra y las razones que hay detrás de sus compras. Como socio logístico, desde hace mucho tiempo, para diseñadores, eventos y marcas, DHL ha encargado la encuesta para subrayar la importancia de una red global que funcione sin problemas, de la precisión, de la fiabilidad y de la rapidez en el sector de la moda.

"DHL encargó esta encuesta para que se examinaran más de cerca las tendencias actuales de la moda y se señalaran sus paralelismos con el mundo de la logística. Ambas industrias operan redes globales y trabajan de manera creativa, precisa y rápida", ha comentado Arjan Sissing, SVP Group Brand Marketing.

Entre otras cosas, la encuesta muestra que los consumidores en el Reino Unido valoran especialmente la producción ética, mientras que las mujeres en Japón dan prioridad a la calidad de los productos. El 15% de los participantes de la encuesta leyó la etiqueta para ver dónde se produjo la prenda de vestir; en Italia la cifra alcanzó el 41%. Además, los compradores desean saber si la cadena de envío del producto puede afectar al medio ambiente y de qué manera. Y una cuarta parte de los encuestados dijo que la producción en condiciones de trabajo justas es importante para ellos. Expertos como la periodista de moda británica Karen Kay también enfatizan que existe una tendencia hacia una mayor conciencia sobre el impacto ambiental y los aspectos sociales, especialmente entre la generación más joven.

Desde 2008, DHL se ha asociado con varias semanas de la moda y ofrece servicios personalizados para entregar las colecciones insustituibles de los diseñadores a los espectáculos de manera fiable y puntual. Entre sus compromisos actuales se encuentran las asociaciones con las semanas de la moda en Londres y Copenhague, la Amazon Fashion Week Tokyo y la Mercedes-Benz Fashion Weeks en Sydney y Moscú.

DHL también trabaja con las principales asociaciones del sector en todo el mundo, entre ellas el Consejo de Diseñadores de Moda de América (CFDA), el Consejo de la Moda Británica (BFC), la Cámara Nacional de la Moda Italiana (CNMI), la Organización de la Semana de la Moda de Japón (Organización JFW) y La Artefact Agency en Rusia. En octubre de 2017, DHL y el CFDA publicaron conjuntamente 'The Human-Centered Supply Chain', un estudio sobre modelos de negocios para el futuro de la moda. Analizó y describió soluciones para los principales desafíos y campos de acción para las cadenas de suministro en la industria de la moda. El 'Designer's Playbook', que se desarrolló a partir de los resultados del estudio, ayuda a los aspirantes a diseñadores a establecer sus negocios con éxito.

Además, DHL promueve y apoya a jóvenes diseñadores con talleres y programas de premios, que incluyen servicios de transporte y asesoría logística para ayudar a los diseñadores a internacionalizar sus negocios. DHL también trabaja con varios diseñadores establecidos, incluida la marca VETEMENTS, que dedicó una colección específica a DHL como parte de su colección Primavera / Verano 2018.

DHL proporciona información sobre temas de moda actuales y sobre acuerdos del sector a través de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. La página de Facebook 'DHL Fashion' tiene casi 200.000 seguidores.

Décadas de experiencia en la logística de la moda

Como socio logístico líder en la industria de la moda, joyería y estilo de vida, DHL tiene décadas de experiencia y conocimiento en el campo de la logística de la moda. La compañía ofrece una amplia gama de soluciones logísticas personalizadas, que incluyen una variedad de servicios para el comercio electrónico, entrega a boutiques y centros comerciales o servicios integrales de almacenamiento y valor añadido, en centros especiales de distribución de moda.

Los servicios de DHL están destinados no solo a grandes empresas de moda y diseñadores establecidos, sino también a recién llegados, talentosos y ambiciosos. DHL ayuda a estos últimos a hacerse un nombre en la industria de la moda con soluciones logísticas flexibles para llevar sus creaciones a las pasarelas de los eventos de la moda o a las boutiques de todo el mundo.

Más información sobre el programa de moda de DHL, en www.fashion.dhl-in-motion.com

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [Consumo](#)

<https://www.notasdeprensa.es>