

EN PLATAFORMAS DE REVENTA:

Vestuario de Bad Bunny en el Super Bowl dispara precio de camiseta a US\$ 35.000

EYN Y BLOOMBERG

Las camisetas de Zara como la que vistió el cantante pop Bad Bunny durante el Super Bowl han aparecido en plataformas de reventa con precios de miles de euros, apenas horas después de que las prendas se distribuyeran al personal de la mayor cadena minorista de moda del mundo.

Las camisetas se repartieron el lunes a un número limitado de empleados de Inditex SA, la empresa matriz de Zara, tras la actuación de Bad Bunny el domingo. Las prendas, acompañadas de una nota de agradecimiento del artista, aparecieron en plataformas de reventa como Vintered y eBay, y algunos vendedores llegaron a pedir hasta €30.000 (aproximadamente US\$ 35.673).

Un portavoz de Inditex, con sede en Arteixo, España, se negó a comentar sobre las reventas.

Apuesta por segmento de lujo

Zara colaboró con Bad Bunny, cuyo nombre real es Benito Antonio Martínez Ocasio, "únicamente para ayudar

Las camisetas se repartieron a un número limitado de empleados de Inditex SA, la empresa matriz del fabricante Zara, tras la actuación del artista en el *show* de medio tiempo de la final de fútbol americano.

a completar la visión de Benito", según un comunicado. La empresa también vistió a sus bailarines, su banda y su orquesta, sin ningún plan de vender los trajes de forma comercial.

Las llamativas cifras que aparecen en los anuncios resaltan un cambio en el posicionamiento de la marca Zara. La insignia de Inditex lleva años apostando por el segmento de lujo, elevando precios y asociándose con diseñadores y figuras culturales para acercar la moda rápida al mundo de la alta costura y las celebridades.

El papel de Bad Bunny en el Super Bowl también pone de relieve el creciente alcance cultural de Zara en EE.UU., un

mercado clave para el grupo, donde la influencia del artista se extiende tanto entre consumidores latinos como no latinos.

Zara está invirtiendo en tiendas insignia de gran formato en ciudades clave de EE.UU. como Nueva York, Los Angeles y Miami, utilizando aperturas, renovaciones y reubicaciones para crear experiencias de compra *premium* con un componente digital.

Inditex anunció en diciembre que llevará la marca hermana de Zara, Bershka, a territorio estadounidense, con dos tiendas que abrirán en Miami en 2026. La marca está dirigida a adolescentes y jóvenes adultos con *looks* informales y más asequibles. La marca de gama alta Massimo Dutti abrió recientemente una tienda en EE.UU.

