

**BUZZ**

GENERATIVE AI INTELLIGENCE REPORT

# Moda mujer en España

Visibilidad de marca en IA generativa

*Share of Voice · Share of Recommendation ·  
Autoridad de Fuentes · Territorio Semántico*

880 CONSULTAS

4 MODELOS DE IA

4 BUYER PERSONAS



# ¿Cómo aparecen las marcas de moda mujer en las respuestas de la IA?

Se analizaron 880 consultas (220 prompts × 4 modelos de IA) distribuidas en 4 buyer personas del sector moda mujer en España. Las preguntas cubren todo el *funnel* de decisión: desde descubrimiento hasta recomendación final. Ningún *prompt* menciona marcas y todas las respuestas son orgánicas.

Los datos reflejan el análisis de las respuestas generadas por modelos de IA durante el período estudiado y no representan valoraciones sobre la gestión o estrategia comercial de las marcas mencionadas.

## SOV

*Share of voice*

% de respuestas que mencionan la marca

## SOR

*Share of recommendation*

% de respuestas donde la marca es citada en primer lugar

## Depth

**Profundidad de mención**

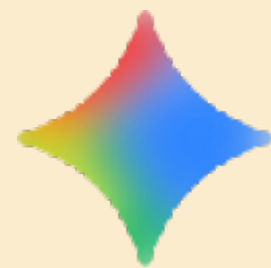
Calidad y extensión del texto dedicado a la marca



## OpenAI

### El Oráculo Institucional

Prensa oficial, Wikipedia, medios de referencia



## Gemini

### El Curador Especialista

YouTube, prensa de moda, comparadores



## Grok

### El Termómetro Social

Reddit, redes sociales, revistas de moda

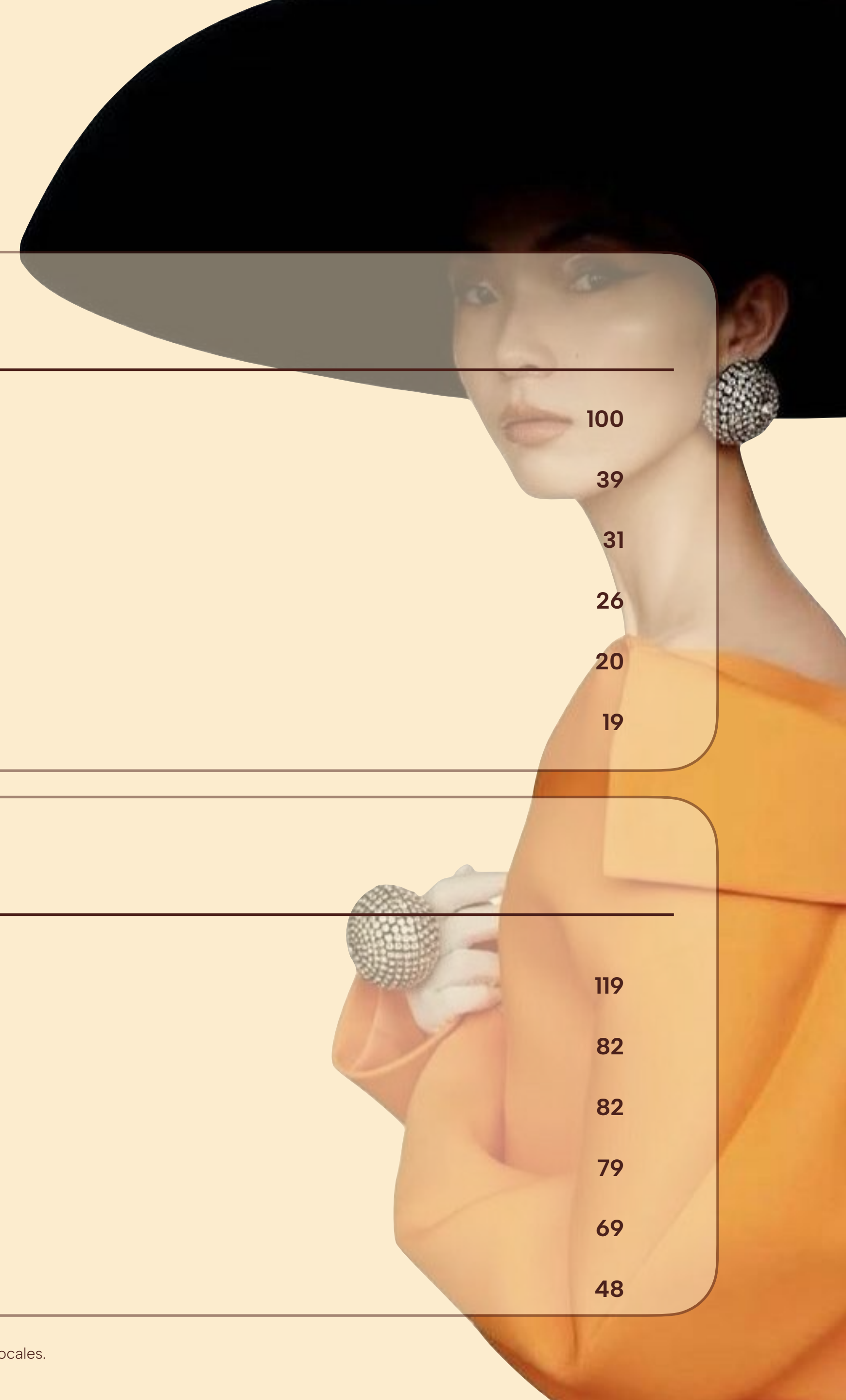


## Claude

### El Sintetizador Local

Blogs españoles, prensa de moda local, tiendas

# ¿De dónde aprende cada IA?



## OpenAI

<a href="https://www.whowhatwear.com">whowhatwear.com</a>	119
<a href="https://en.wikipedia.org">en.wikipedia.org</a>	81
<a href="https://es.wikipedia.org">es.wikipedia.org</a>	70
<a href="https://www.reddit.com">reddit.com</a>	51
<a href="https://elpais.com">elpais.com</a>	43
<a href="https://www.uniqlo.com">uniqlo.com</a>	26

## Gemini

<a href="https://www.youtube.com">youtube.com</a>	100
<a href="https://www.elle.com">elle.com</a>	39
<a href="https://www.reddit.com">reddit.com</a>	31
<a href="https://www.tendencias.com">tendencias.com</a>	26
<a href="https://www.cosmopolitan.com">cosmopolitan.com</a>	20
<a href="https://www.elcorteingles.es">elcorteingles.es</a>	19

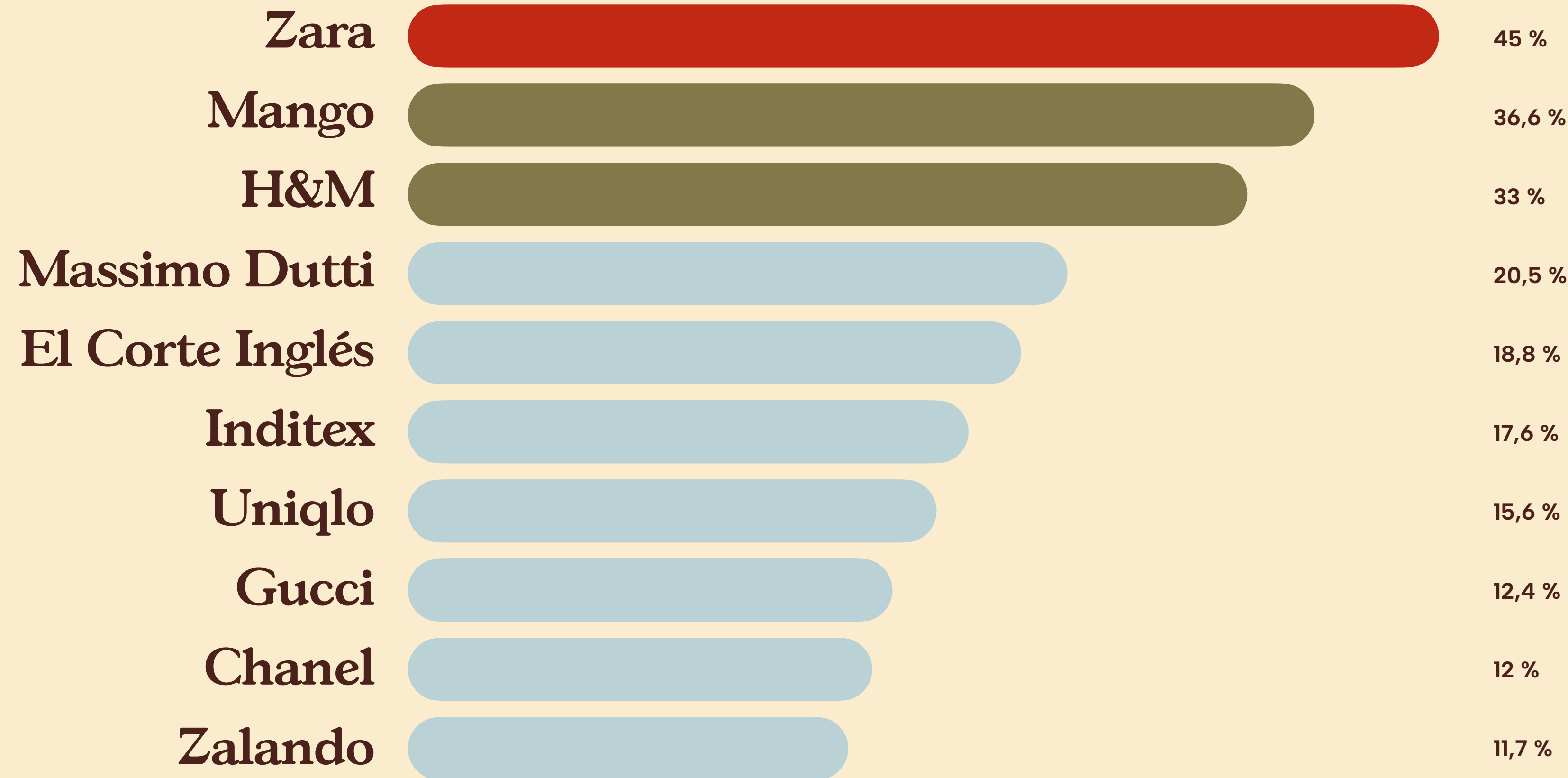
## Grok

<a href="https://www.reddit.com">reddit.com</a>	139
<a href="https://www.glamour.es">glamour.es</a>	102
<a href="https://www.vogue.es">vogue.es</a>	94
<a href="https://www.elle.com">elle.com</a>	73
<a href="https://www.thegoodtrade.com">thegoodtrade.com</a>	61
<a href="https://www.instagram.com">instagram.com</a>	51

## Claude

<a href="https://www.dondeirdecompras.com">dondeirdecompras.com</a>	119
<a href="https://www.clara.es">clara.es</a>	82
<a href="https://www.marie-claire.es">marie-claire.es</a>	82
<a href="https://www.tendencias.com">tendencias.com</a>	79
<a href="https://www.hola.com">hola.com</a>	69
<a href="https://www.semana.es">semana.es</a>	48

# ¿Quién ocupa la mente de la IA?



## Datos clave

880 consultas analizadas  
4 modelos de IA  
4 buyer personas

Zara domina con 45% SOV  
Aparece en casi 1 de cada 2  
respuestas de la IA

Top 3 = marcas españolas  
(Zara, Mango, H&M\*)

\* H&M es sueca pero compete  
directamente en el mercado español

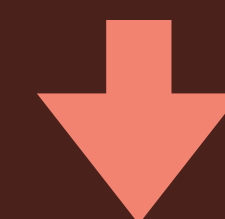
Ser la marca  
más  
mencionada  
≠ ser la más  
recomendada

La IA hace una distinción radical entre  
presencia y autoridad

**SOV**

*Share of voice*

La métrica del ruido:  
¿Cuántas veces te mencionan?



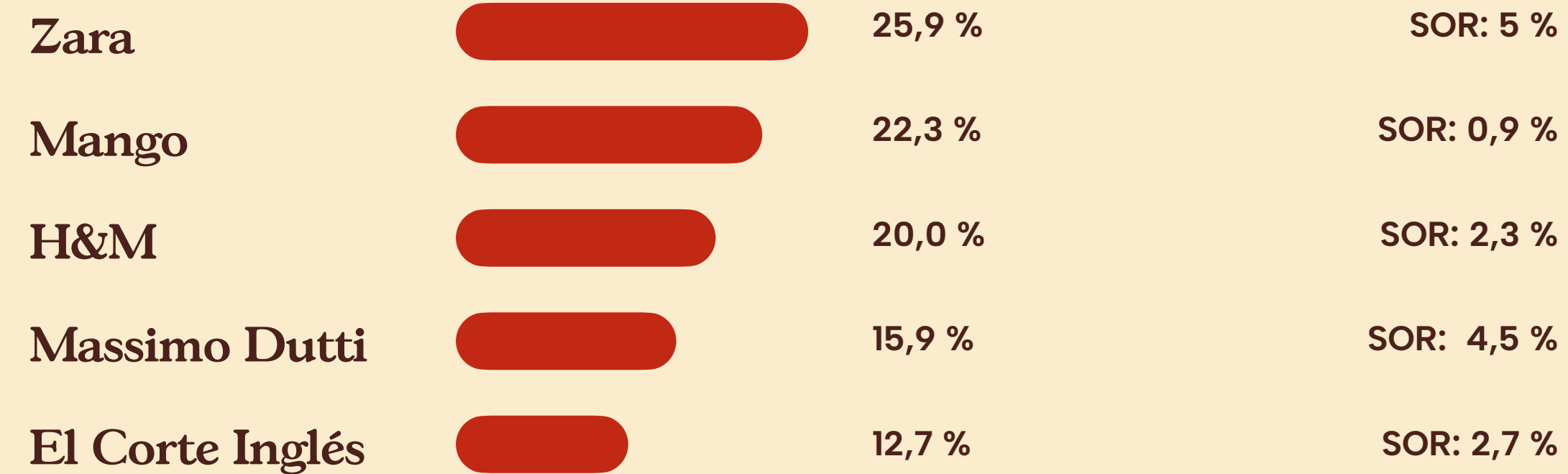
**SOR**

*Share of recommendation*

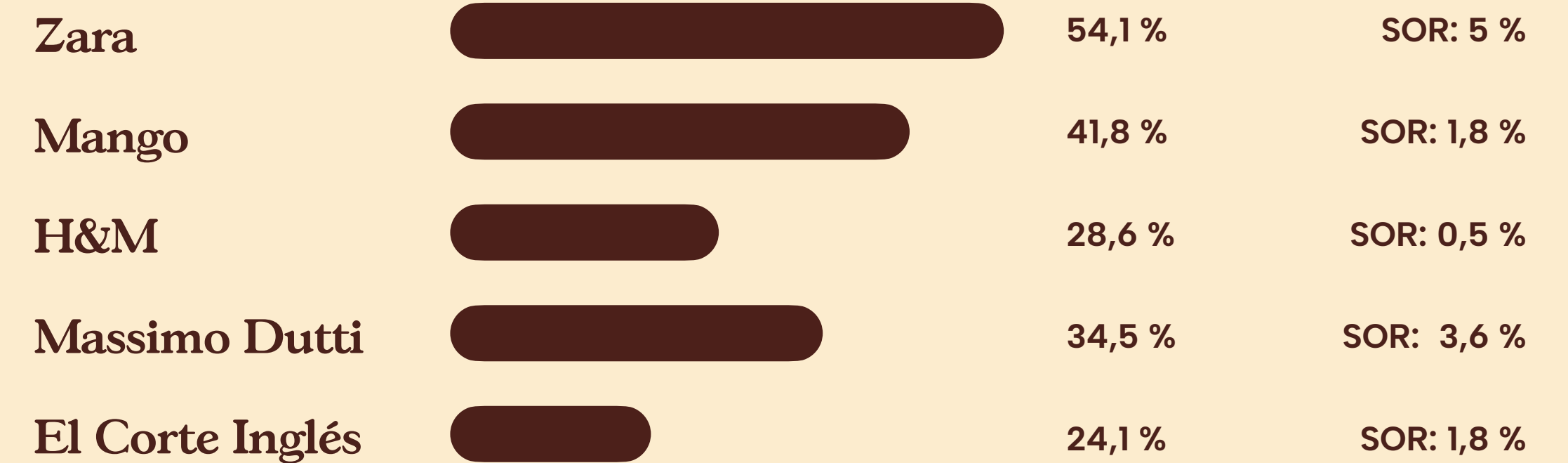
La métrica de la autoridad:  
¿Cuántas veces te recomiendan primero?

# No todas las IAs piensan igual

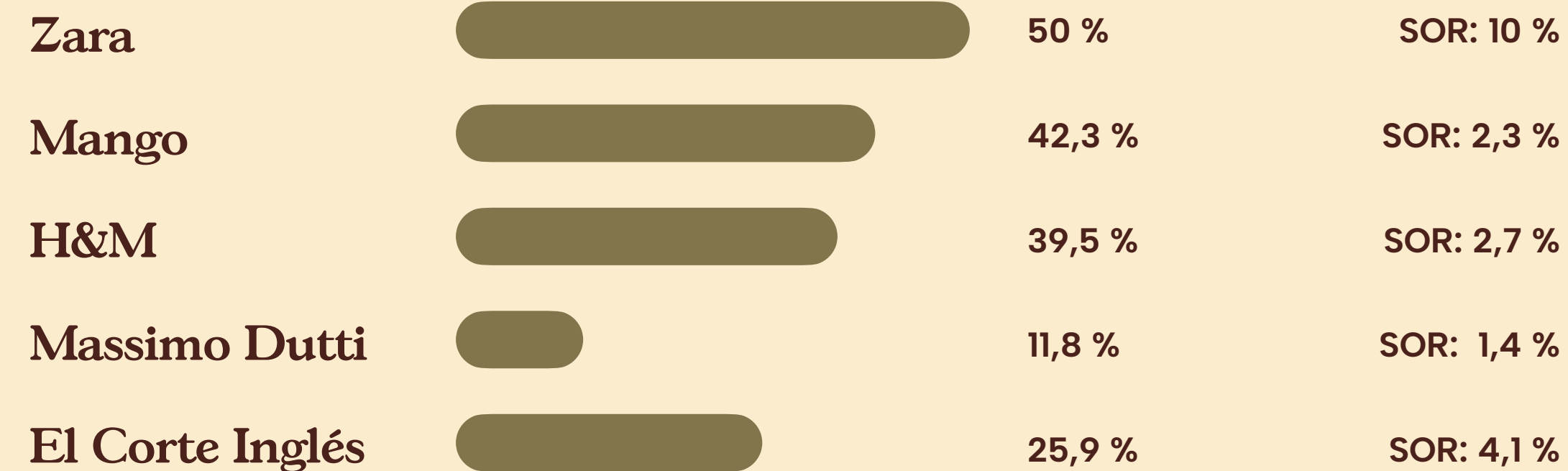
## OpenAI



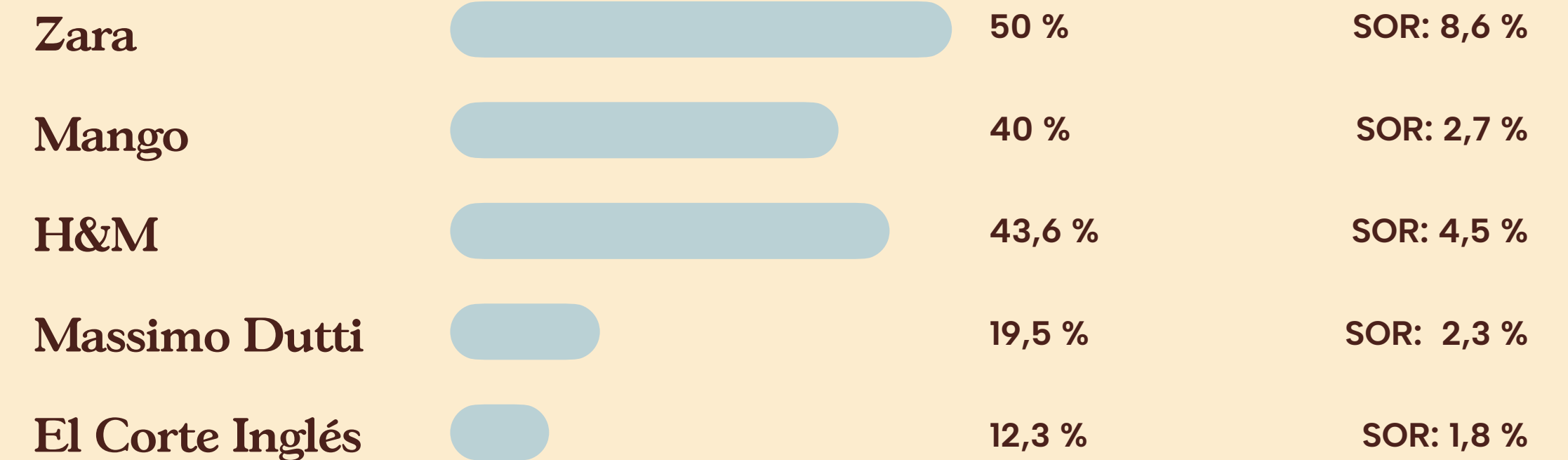
## Gemini



## Grok



## Claude



# ¿Quién cierra la venta?

## Zara

# 7,2%

### SOR Global

Zara es la primera marca recomendada en el 7.2 % de todas las consultas.

SOV: 45 % → SOR: 7.2 % = *Gap* de 37.8 pts

### Ranking SOR

Zara: 7.2 % Uniqlo: 3.5 % Massimo Dutti: 3.0 %  
El Corte Inglés: 2.6 % H&M: 2.5 %

Marca	Joven Trendy	Profesional Urbana	Mujer Premium	Madre Práctica
Zara	12,7 %	7,7 %	0 %	8,2 %
Uniqlo	1,4 %	5,9 %	0 %	6,8 %
Massimo Dutti	0 %	9,5 %	2,3 %	0 %
El Corte Inglés	0,5 %	5,5 %	4,1 %	0,5 %
H&M	4,5 %	1,4 %	0 %	4,1 %
Mango	1,4 %	4,1 %	0,5 %	1,8 %
Loewe	0,5 %	0 %	8,2 %	0 %
Chanel	0,9 %	0,9 %	3,6 %	0 %

# Los 3 niveles de mención

## NIVEL 1: PÁRRAFO PROPIO

55%

De las menciones

---

La IA dedica un bloque completo a la marca con argumentos y diferenciación.

### MARCAS MÁS PRESENTES

Everlane, Loewe, COS, Uniqlo, Massimo Dutti, Mango

## NIVEL 2: *BULLET* CONTEXTUALIZADO

30%

De las menciones

---

La marca aparece en una lista con 1-2 frases que explican por qué está ahí.

### MARCAS MÁS PRESENTES

Nike, Dior, Chanel, Gucci, Louis Vuitton, Zara

## NIVEL 3: *NAME-DROP* / RELLENO

15%

De las menciones

---

La marca se menciona para completar un Top 5. Sin explicación.

### MARCAS MÁS PRESENTES

Prada, Stradivarius, Balenciaga, Pull&Bear, Bershka, H&M

# Cada persona tiene su universo de marcas

Marca	Joven Trendy	Profesional Urbana	Mujer Premium	Madre Práctica
Zara	70.9 %	44.1 %	9.5 %	55.5 %
Mango	47.3 %	52.3 %	6.8 %	40.0 %
H&M	48.6 %	31.4 %	5.0 %	46.8 %
Massimo Dutti	10.5 %	40.9 %	14.5 %	15.9 %
El Corte Inglés	13.2 %	22.3 %	23.6 %	15.9 %
Uniqlo	10.0 %	19.1 %	3.2 %	30.0 %
Gucci	8.6 %	3.6 %	35.9 %	1.4 %
Chanel	4.5 %	3.2 %	39.5 %	0.9 %
Hermès	0.9 %	3.6 %	32.7 %	0.5 %
Loewe	2.7 %	1.4 %	28.6 %	0.9 %

Zara, Mango y H&M dominan en los segmentos masivos. En Premium, el liderazgo pasa a Chanel, Gucci, Hermès y Loewe.

# ¿Cómo agrupa la IA el mercado de la moda?

## FAST FASHION ESPAÑA

**Zara, Mango,  
Stradivarius,  
Bershka, Pull&Bear**

El clúster dominante. Aparecen juntas en el 60 % de las respuestas. Zara lidera; Mango es la alternativa constante.

## FAST FASHION INTERNACIONAL

**H&M, Primark,  
Shein, ASOS,  
Uniqlo**

Competidores internacionales que la IA agrupa como alternativa al bloque Inditex. Uniqlo gana terreno en calidad-precio.

## LUJO ACCESIBLE / PREMIUM

**Massimo Dutti,  
COS, Everlane,  
Sézane, & Other St.**

El puente entre fast fashion y lujo. Massimo Dutti lidera en España; COS y Everlane son fuertes en el discurso internacional.

## LUJO / ALTA GAMA

**Chanel, Gucci,  
Hermès, Loewe,  
Louis Vuitton, Dior**

Solo activo en la persona Premium. Loewe destaca como la marca española de lujo con mayor SOR.

## DISTRIBUCIÓN / MARKET PLACE

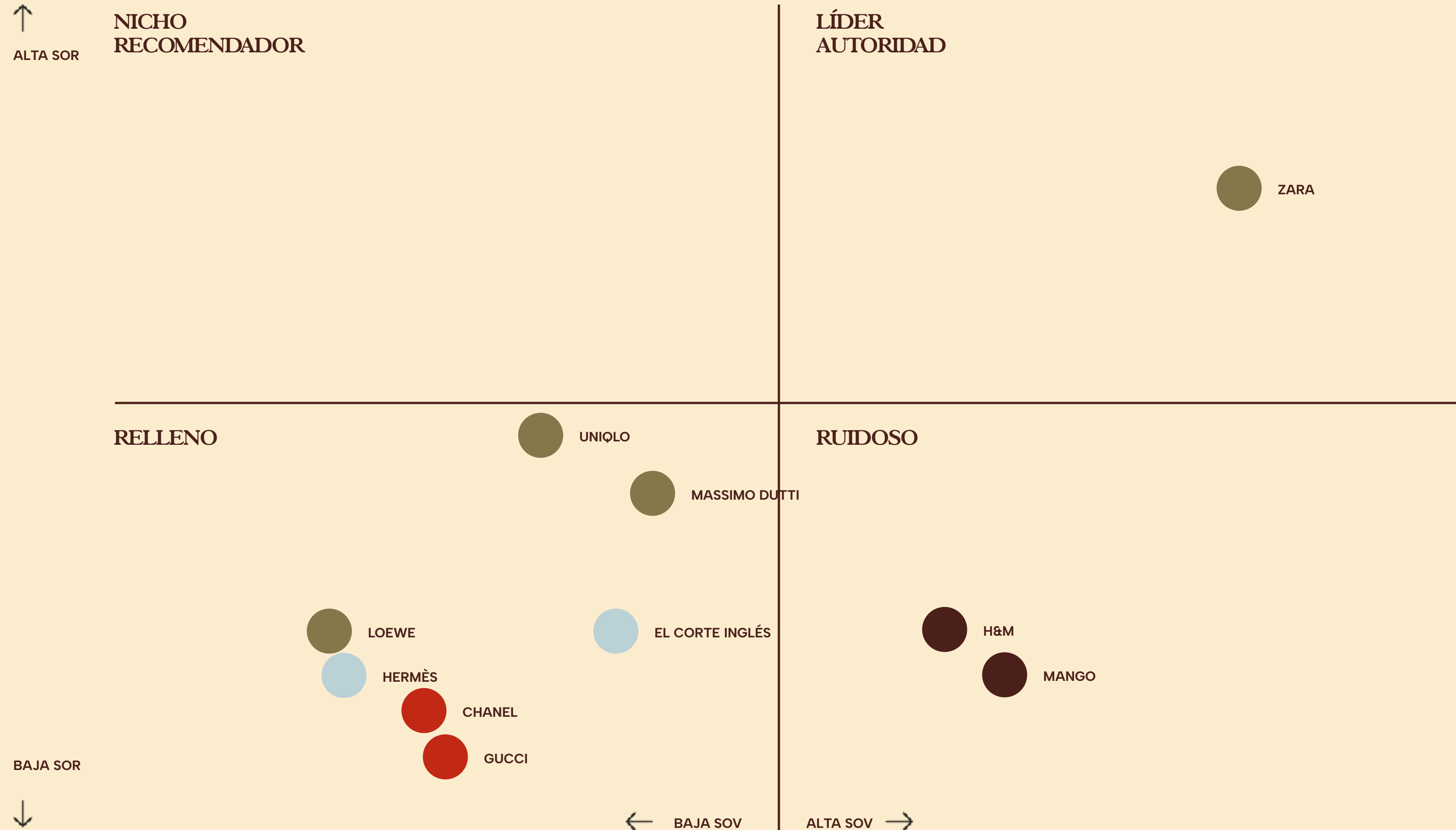
**El Corte Inglés,  
Zalando, Amazon**

No son marcas de moda *per se*, pero la IA los recomienda como canales de compra transversales a todos los segmentos.

# ¿Quién domina cada segmento?

Persona	Zara	Mango	H&M	Massimo Dutti	Uniqlo	Loewe
Joven Trendy	<b>70.9 % DOMINA</b>	<b>47,3 % DOMINA</b>	<b>48.6 % DOMINA</b>	10.5 % PRESENTE	10 % PRESENTE	<b>2.7 % AUSENTE</b>
Profesional Urbana	<b>44.1 % DOMINA</b>	<b>52.3 % DOMINA</b>	<b>31.4 % COMPITE</b>	<b>40.9 % DOMINA</b>	<b>19.1 % COMPITE</b>	<b>1.4 % AUSENTE</b>
Mujer Premium	9.5 % PRESENTE	6.8 % PRESENTE	5.0 % PRESENTE	14.5 % PRESENTE	<b>3.2 % AUSENTE</b>	<b>28.6 % COMPITE</b>
Madre Práctica	<b>55.5 % DOMINA</b>	<b>40 % DOMINA</b>	<b>46.8 % DOMINA</b>	<b>15.9 % COMPITE</b>	<b>30 % COMPITE</b>	<b>0.9 % AUSENTE</b>

# Presencia vs Autoridad



## Lectura

**Zara:** líder absoluto en presencia y autoridad, pero con un *gap* SOV→SOR importante.

**Mango y H&M:** mucho ruido, poca autoridad relativa. Necesitan mejorar su posición de primera recomendación.

**Uniqlo y Massimo Dutti:** más cercano a nichos recomendadores, menor presencia pero mejor ratio de conversión.

**Loewe:** la marca española con mejor perfil en lujo, alta SOR relativa a su SOV.

# Qué preguntas activan las marcas líderes y dónde fallan



## TRIGGER PROMPTS: Activan marcas líderes

«¿Cuáles son las mejores tiendas de ropa online para chicas veinteañeras?»

Zara abre en 4 de 4 modelos | Liderazgo fast fashion + juventud

«Necesito blazers de calidad a buen precio para la oficina»

Massimo Dutti como primera opción | Workwear + calidad-precio

«¿Qué marcas de moda mujer premium recomiendas con compromiso sostenible?»

Loewe y Stella McCartney lideran | Premium + sostenibilidad

«¿Mejores zapatillas de mujer para caminar mucho cada día?»

Uniqlo y Nike dominan | Funcionalidad + comodidad

«¿Dónde comprar ropa de segunda mano de marca?»

Vinted y Wallapop abren | Circularidad activa *marketplaces*

Qué preguntas activan las marcas líderes y dónde fallan



## ATTRIBUTION GAPS: Oportunidades perdidas

«¿Marcas de moda sostenible asequibles?»

Ecoalf y Everlane dominan; Zara/Mango ausentes | *Gap* de contenido ESG en *fast fashion*

«¿Mejores marcas para tallas grandes inclusivas?»

Respuestas dispersas, sin líder claro | Territorio sin dueño, oportunidad

«¿Ropa que no se arrugue para no planchar?»

Uniqlo domina; marcas españolas ausentes | *Gap* en contenido técnico/funcional

«¿Marcas de lencería asequible para jóvenes?»

Respuestas genéricas, pocas marcas españolas | Categoría infrarepresentada

«¿Marcas españolas virales en TikTok?»

Solo Gemini/Grok ofrecen respuestas sólidas | OpenAI y Claude tienen *gap* social media

# 5 conclusiones clave

- 1. Zara domina con un 45 % de SOV y 7.2 % de SOR** presente en casi 1 de cada 2 respuestas y líder en recomendación.
- 2. El trío Zara-Mango-H&M acapara el discurso masivo**, pero con un *gap* SOV→SOR importante: mucho ruido, autoridad mejorable.
- 3. El segmento Premium es un universo aparte:** Chanel, Hermès y Loewe dominan sin presencia en *mass market*.
- 4. Loewe es la marca española de lujo mejor posicionada en IA:** 8.2 % SOR en Premium, la más alta del segmento.
- 5. Cada modelo de IA tiene sus sesgos:** Grok favorece a las grandes marcas españolas; OpenAI dispersa más las menciones.

# 5 riesgos estratégicos

- 1. Sostenibilidad:** las marcas *fast fashion* no son asociadas a ESG: Ecoalf y Everlane llenan ese vacío.
- 2. Tallas inclusivas: ningún líder claro**, el primero que posicione contenido específico ganará ese territorio.
- 3. Dependencia de Inditex:** Bershka, Stradivarius y Pull&Bear solo aparecen como "satélites" de Zara, sin identidad propia.
- 4. El Corte Inglés aparece como canal**, no como marca de moda: riesgo de comoditización.
- 5. Claude y OpenAI muestran gaps en conocimiento** de redes sociales / tendencias virales españolas.

# Hoja de ruta para ganar autoridad en IA

## Ahora

0-3 meses

Optimizar contenido existente para indexación LLM (FAQs, *schema markup*)

Crear contenido de autoridad en las fuentes que cada modelo prioriza

Publicar en blogs/revistas españolas de moda (clara.es, tendencias.com)

Activar presencia en Reddit y foros de moda

## Pronto

3-6 meses

GEO (*Generative Engine Optimization*): arquitectura de contenido para LLMs

Programa de contenido por *buyer persona*

Estrategia de YouTube para mejorar visibilidad en Gemini

Contenido técnico sobre tejidos, sostenibilidad y tallas

## Después

6-12 meses

Monitorización mensual de visibilidad en LLMs

Programa de identidad independiente para submarcas (Bershka, Stradivarius)

Expansión a territorios identificados como *gaps*

*Benchmark* competitivo trimestral con esta misma batería de *prompts*

**BUZZ**