

Ante este reto, las **empresas de referencia** han escogido diferentes modos de enfrentarse a la **nueva realidad del mercado**, siendo significativa la apertura de **nuevos canales de distribución** que ofrezcan flexibilidad y cercanía al cliente, como la **venta online**, estrella sin duda de la nueva realidad de mercado. Pero también existen otras formas, como ofrecer un producto más atemporal, centrado en la **calidad**, capaz de pervivir ante los nuevos cambios. O el de las empresas centradas en ofrecer un producto moderno de tendencia con un precio muy ajustado para competir obteniendo márgenes de beneficio.

Algunas de estas empresas estarán en las VII Jornadas de Comunicación y Moda organizadas por el Título Propio Comunicación y Gestión de la Moda para ofrecer su visión de las nuevas reglas de consumo.

**Descárgate el programa y accede a toda la información:**

- [PROGRAMA VII JORNADAS DE COMUNICACIÓN Y MODA. Slow Fashion. Cómo reinventar las reglas del consumo](#)