

La conferencia "El Negocio del Lujo" se realizó en Buenos Aires

Lunes, 27 de Junio de 2011



Empresarios, emprendedores, inversores y ejecutivos presenciaron una jornada dedicada al mercado de lujo, que crece año a año en América Latina.

Por Kathya Stryzak

En el hotel Sofitel se llevó a cabo el seminario "El Negocio del Lujo" organizada por la consultora Maison du Luxe. El empresario y emprendedor en moda durante 20 años, Diego Schvatzman, expuso experiencias, casos de éxito e informaciones actualizadas en las áreas como comunicación, moda, branding, mercado financiero, automóviles, gastronomía y hotelería.

La conferencia también tuvo la participación de Carlos Ferreirinha, consultor internacional orientado al mercado de lujo. Se especializó en la importancia de la gestión: cómo funciona una operación de productos y servicios de lujo y premium; para ver cómo se traduce en otros segmentos. Apuntó que "Argentina tiene el potencial de su conocimiento sobre el lujo y marca tendencias en la región". Sin embargo, el mercado de lujo en América Latina hoy es liderado por Brasil y México.

Personalidades como Cri Christophe Rioux, Director del ISC Paris Francia, Thierry Vannier, Director Internacional de Galeries Lafayette Francia, Uché Okonkwo, CEO de Luxe Corp Francia y Aaron Gagliardi, Director ejecutivo de MCF Consultoria & Conhecimento Brasil, también estuvieron presentes.

A su vez, en la jornada se destacó la importancia del consumidor de lujo y el valor que éstos le dan a la confianza hacia sus marcas. También, se aludió a que no sólo un producto y un servicio de excelencia es lo principal en el mercado de lujo, sino construir una marca con valores. Así, las empresas más reconocidas en el rubro, son aquellas cuya relación con los consumidores está más cimentada. De esta manera, se trata de seducir, impresionar e impulsar al consumidor.

Desde la conferencia, se afirmó que cada vez existen más clases emergentes que se relacionan a través del deseo. Un estudio presentado por Stephane Truchi, presidente de Institut Francais d' Opinion y especialista en tendencias de consumo remarcó que en el mercado argentino las tres marcas de lujo más reconocidas son Ricky Sarkany, La Martina y Etiqueta Negra. Por otro lado, Rolex es el producto más buscado por los argentinos.

EL LOOK DEL DIA



Julieta en el evento de Lucila Iotti

¿Da o no da? [Votá](#)

CARTELERA

{ LOVELY LOUISA }

LOVELY LOUISA agregó una nueva galería de imágenes