

VIVE UNA EXPERIENCIA RENOVADA,  
**MÁS RÁPIDA, MÁS POTENTE, MÁS TÚ.**



NEWSLETTER

REGÍSTRATE

VIERNES, 18 DE NOVIEMBRE DE 2016

Buscar contenido

Inicio

Mercados

Empresas

Economía

Tecnología

Mis ahorros

5 Sentidos

ESTÁ PASANDO:

IBEX 35

Calendario laboral 2016-2017

Black Friday

IX Premios Cinco Días

MÁS TEMAS

Lujo y tendencias

# El gran consumo se apunta a lo artesano

Firmas como & Other Stories identifican el taller de diseño de donde salen sus productos  
El cliente exige al gran consumo el mismo comportamiento que las firmas de lujo

PAZ ÁLVAREZ | MADRID | 05-11-2016 15:52 0

IMPRIMIR

Temas relacionados: [Lujo](#) [Tendencias](#) [Moda](#) [Confección](#) [Estilo vida](#) [Empresas](#) [Economía](#) [Industria](#) [Sociedad](#)



Vista del taller de Estocolmo de & Other Stories. ()

Siempre ha sido el valor añadido del mundo del lujo, la artesanía. El trabajo bien hecho, a mano y con delicadeza es lo que ha distinguido a las grandes firmas de lujo en el mundo. Son elementos que **marcan la diferencia** y que hacen único a un producto o servicio y, por tanto, al cliente que lo adquiere.

“**Hay una vuelta a la autenticidad** en todo el mundo y en todos los sectores, en la moda, en los hoteles, en la alimentación, en el mobiliario... Los consumidores quieren sentirse únicos, diferentes, en un mundo cada vez más globalizado e industrializado”, afirma la directora del programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo en [IE Business School](#), Susana Campuzano.

En este afán por diferenciarse, las firmas de gran consumo también desean poner en valor su trabajo y empiezan a dar a conocer que **sus creaciones nacen en talleres**, en los que un equipo de profesionales ha trabajado con mimo y cuidado en el diseño de las piezas. Es lo que hace, por

## LO MÁS LEÍDO

Qué pasa si das ‘sí acepto’ en app, según Chema Alonso

Black Friday 2016 en Amazon: las mejores cinco ofertas del día

‘Scrip dividend’ de Telefónica: ¿acciones o efectivo?

Japón y México responden a la ofensiva de Trump

Si le engañaron con el euríbor ahora podrá reclamar al juez

## SEGUIR A CINCO DÍAS

Recibe más contenido de Cinco Días. Suscríbete a nuestras newsletter [aquí](#)

ejemplo, la firma sueca & Other Stories, perteneciente al grupo H&M, que en los estantes de sus tiendas, así se puede ver en la que tienen en el barrio de Salamanca de Madrid, especifican la procedencia del *atelier* en el que ha sido gestado el producto. **Es lo que marca la diferencia**, que haya sido creado en el taller de París o en el de Estocolmo.



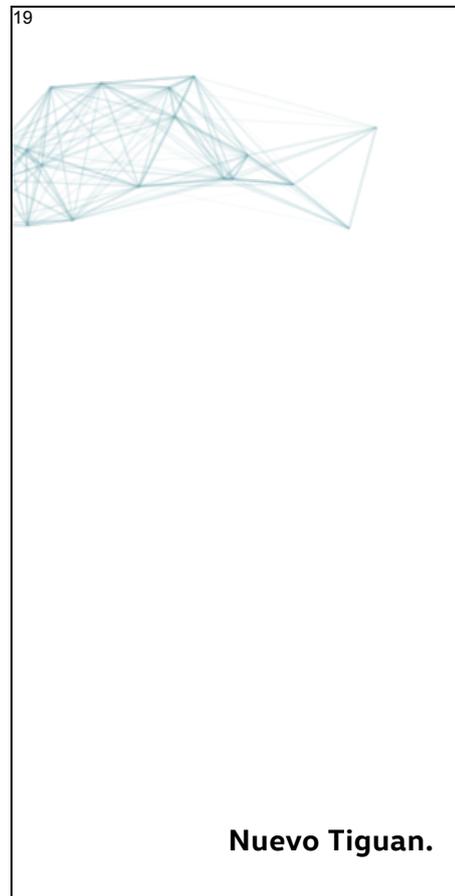
Una edición exclusiva y artesanal de Ikea.

Así, por ejemplo, la temporada otoño-invierno, en la capital francesa se concibe futurista a la vez que nostálgica, con **inspiración sesentera**, una visión ecléctica del pasado, el presente y el futuro, según cuenta la diseñadora del taller, Philomène Tellaroli. Por el contrario, en la capital sueca, según relata la patronista Mårten Andreasson, se ha buscado **inspiración en la cultura japonesa**.

“El cliente de gran consumo **valora ese cuidado por parte de las marcas**, a las que le exige el mismo comportamiento que a las firmas de lujo, que apuestan por lo exclusivo porque es su esencia. El gran consumo coge todos los atributos de este sector, incluida la calidad”, explica Campuzano, autora del libro *La fórmula del lujo*.

Hay una **vuelta a las raíces, a lo artesanal, y esto también llega a los estantes** de los supermercados, donde los grandes distribuidores también están incluyendo productos y alimentos artesanales. “Es una vuelta a la tienda, a la autenticidad, en contra de la industrialización”, señala la docente del IE Business School, que destaca, por ejemplo, que el sector de firmas exclusivas siempre ha mantenido estrecha relación con el mundo del arte. En este sentido, destaca las acciones que H&M ha realizado al lanzar una colección Conscious Exclusive, **inspirada en los archivos del Musée des Arts Décoratifs de París**, ubicado en el Palacio del Louvre. “Las marcas apuestan cada vez más por el diseño a precios competitivos, de manera que puedan ofrecer a los clientes algo diferente, dado que ha crecido mucho el potencial de compra”, señala Campuzano. Otro ejemplo es Ikea. La firma sueca de mobiliario destaca cada vez más el **valor de lo artesano en las creaciones en ediciones limitadas** de muebles, textiles o vajillas, inspirada en las artes y oficios tradicionales escandinavos.

Otro ejemplo son las bodegas con **vinos a precios asequibles**, que intentan tener etiquetas de mayor calidad o tiradas exclusivas procedentes de pequeñas viñas, con el fin de captar a ese cliente que aprecia el trabajo artesanal. Hoy día, el valor está en el taller, en el diseño, en los autores.



**Nuevo Tiguan.**

NEWSLETTER

Recibe más contenido de Cinco Días.  
Suscríbete a nuestras newsletters aquí

Cámbiate a la Cuenta NÓMINA de ING DIRECT

	<p>NUEVO ALFA ROMEO GIULIA por 29.900€ <a href="http://www.alfaromeo.es/pj">http://www.alfaromeo.es/pj</a></p>		<p><b>Gama Kia cee'd</b> ¿Creías que lo habías visto todo? Descubre la gama cee'd por 11.750€ <a href="https://goo.gl/Wn7zLJ">https://goo.gl/Wn7zLJ</a></p>		<p><b>AENOR, 30 aniversario</b> 30 años ayudando a miles de empresas a ser + competitivas. Y ahora más <a href="http://www.aenor.es/30aniversari">www.aenor.es/30aniversari</a></p>
--	--	---	---	---	---

Destacamos

- 

Una bola de fuego sobrevuela España coincidiendo con la...
- 

El queso manchego que aspira a convertirse en el mejor de...
- 

El poderoso mensaje de Amy Schumer a los votantes de Trump
- 

El primer tropiezo de Javier Cárdenas en TVE

recomendado por

BLOGS



Quién compra y quién vende deuda pública estadounidense  
**LA VENTANA A LOS MERCADOS**