

SOFTWARE GRATUITO DE GESTIÓN

CREA TU WEB CORPORATIVA

CREA TU TIENDA VIRTUAL

Inicio &gt; Blog &gt;

Encontrado el éxito en el mercado del lujo

&gt; EMPRENDIMIENTO

## Empresas que han encontrado el éxito en el mercado del lujo



📅 26 Febrero 2018

👤 123emprende

El mercado del lujo goza de muy buena salud y, pese a su exclusividad, cada vez son más los emprendedores que buscan su oportunidad de negocio en este sector.

Aunque el mercado del lujo resulta muy apetecible por su alta rentabilidad y un target muy definido, es casi imposible hacerse un hueco sin una **inversión** importante para crear una marca e introducirla en el **canal de distribución del lujo** y la exclusividad. Para Susana Campuzano, directora de Programa de Dirección del Lujo de IE Business School y autora del libro "La fórmula del lujo", los ingredientes para crear una marca premium o de lujo son:

- **Exclusividad**, imprescindible para que un producto sea único y vaya dirigido al target adecuado, entre un 10-30% del mercado generalista.
- **Calidad**, que unida a la exclusividad marcan el precio.
- **Creatividad**, porque no se concibe una marca premium sin innovación ni una gran creatividad. Ambos ingredientes son los que generan el deseo del cliente.
- **Experiencia** por la que el cliente se adhiere al producto.

Generalmente, cuando hablamos de empresas de lujo se nos vienen a la cabeza marcas que podemos encontrar en los escaparates de los establecimientos más exclusivos de las grandes ciudades, pero la revolución del mercado, el rápido posicionamiento de los negocios online, y la tendencia de los bolsillos más adinerados a probar nuevos productos y sentirse únicos al tener en sus manos algo que solo ellos han probado, han hecho posible que jóvenes emprendedores encuentren un lugar en el mercado del lujo con ideas de negocio originales.

### Charter & Dreams, alquiler de yates de lujo

## 🔍 BUSCADOR



## ☰ BLOG

ACTUALIDAD 84

EMPRENDIMIENTO 101

AYUDAS Y SUBVENCIONES

EL EXPERTO  
RESPONDE... 4

TECNOLOGÍA 10

FINANCIACIÓN

## 🏷️ ETIQUETAS

 autónomos  empre

 emprendedores

 empresa  eventos

 innovación  premios

 pymes  subvenciones

La parte emocional juega un rol importante y, por lo general, **quien paga lujo quiere sentirse único y ajeno a la globalización**. Un buen ejemplo de esta exclusividad son las agencias de viajes como Upper Class o empresas de alquiler de yates como Charter & Dreams. El **yachting** se ha convertido en un referente del lifestyle que inspira libertad, intimidad y culto al mar. Algo así como una estancia terapéutica tanto para el cuerpo como para la mente, lejos de la tierra y disfrutando del momento.

“La tendencia entre los superyates es alquilar, no comprar”, según la Asociación Española de Grandes Yates, la AEGY. Los propietarios suelen alquilarlos para amortizar los elevados costes de mantenimiento anuales. Aquí encontró **Judith Estrella** una oportunidad de negocio y a los 25 años dejó su trabajo en una empresa farmacéutica para llevar a cabo su propio negocio.

Charter & Dreams es una **empresa de alquiler de yates de lujo** que ofrece a los propietarios de los barcos el servicio de alquiler de sus yates. Su mercado no se limita exclusivamente a los millonarios de vacaciones que quieren pasar unos días navegando por las costas de Ibiza o del Mediterráneo, sino que tratan de promocionar sus yates para reuniones de negocios o presentaciones de productos. Aunque su empresa se sitúa en Barcelona, el 80% de los alquileres se realizan en Ibiza y la mayoría de sus clientes son rusos, alemanes y norteamericanos.



Judith Estrella, CEO de Charter & Dreams

## Magalie, los bolsos de lujo que se fabrican en España

Ubrique está de enhorabuena. Según el presidente de la asociación local del sector de la piel, “el top ten de las marcas de lujo mundiales fabrican sus productos en este pueblo gaditano”. Pero este dato no es fruto de azar, sino del esfuerzo por demostrar que los mejores artesanos están aquí. En 2003 las grandes marcas de bolsos de lujo se fueron a fabricar a Asia pero han ido volviendo, y **hoy día son más de cien las marcas que producen en Ubrique**, aunque no es la única zona de España donde se fabrica marroquinería de la mejor calidad. También en Alicante, Barcelona, la Rioja, Galicia o Madrid podemos encontrar talleres de primer nivel.

Magalie es la empresa creada por la diseñadora **Marga Arévalo**, que en dos años ha logrado asentarse en París y está en camino de adentrarse en Japón, Corea del Sur, Moscú, Catar y Hong Kong. Con unos **diseños diferentes mezclando la piel y el mimbre como elementos principales**, los ángulos rectos con ángulos abstractos y un sinfín de colores, Marga ha establecido en Ubrique su taller donde se elaboran a mano y de forma artesanal todos los modelos de su colección Duality. Esta exclusiva colección cuenta con 5 modelos, 3 de ellos limitados a 121 unidades, que se pueden adquirir **entre los 400 euros los más pequeños, y los 2.500 euros los más grandes**. Como añadido tecnológico, esta firma de bolsos incluye el **MAGALIE SECURITY**, algo pionero en el sector. Se trata de una baliza bluetooth que se comunica con el teléfono de su propietaria para avisarla cuando su bolso se aleja, según la

distancia que cada una de las usuarias decida.



Marga Arévalo, CEO de Magalie

## AstroÁndalus, la primera agencia de viajes especializada en turismo astronómico

El **lujo experiencial** o lo que muchos llaman nuevo lujo, está en alza. Los consumidores más exigentes optan por las experiencias únicas que crean recuerdos insuperables por encima de los objetos. Como explica a la BBC Giana M. Eckhardt, profesora de marketing en el colegio Royal Holloway, de la Universidad de Londres, "el lujo experiencial es cualquier actividad percibida por el consumidor como fuente de placer".

"A nuestros clientes les gusta estar entre los primeros en hacer algo, sentirse únicos. Y si además disfrutan de una actividad de ocio al aire libre con un servicio cuidado, mejor", asegura **José Jiménez**, CEO de la primera agencia de viajes especializada en turismo astronómico. En menos de dos años y una amplia oferta de escapadas, viajes y actividades exclusivas bajo las estrellas, AstroÁndalus ha conseguido llegar a un público que busca la **exclusividad de servicios privados basados en la divulgación científica**. Entre sus servicios estrella están las observaciones astronómicas privadas desde lugares con escasa contaminación lumínica, servicios a domicilio para mostrar la Luna y los planetas durante reuniones privadas y las actividades de reconocimiento de estrellas y constelaciones a bordo de yates.

## Alquimia, alta cosmética española

La **cosmética de lujo** sigue subiendo sus ventas. Según algunos estudios, la compran mujeres entre los 44 y 54 años de clase social medio-alta o alta, y lo hacen en perfumerías y por Internet. Sus elementos diferenciadores son un **packaging** que da pena tirar y grandes inversiones en **investigación**. Por ejemplo, L'Oréal cuenta con una plantilla de 3.600 investigadores y más de 800 millones de euros de inversión, pero también hay empresas pequeñas que basan su éxito en la experiencia y la exclusividad que da elaborar sus productos con **ingredientes 100% naturales**.

Alquimia es el resultado de la apuesta que el perfumista **Idili Lizcano** hizo hace más de tres décadas por la cosmética natural dirigida al segmento premium. Fue la primera marca en llegar al mercado español de la belleza que basaba sus productos en ingredientes naturales y desde entonces se han afanado para ser únicos en un mercado tan saturado y tiranizado por las modas como el del cuidado personal. Los principales elementos diferenciadores con respecto a gigantes como L'Oréal o Estée Lauder, son la fabricación artesanal, sostenible y la originalidad. **Actualmente, Alquimia exporta más del 50% de su producción vendiendo en más de 20 países.**



Idili Lizcano, creador de Alquimia

## Pancracio, el chocolate que triunfa en los mercados gourmet

Las ventas mundiales de chocolate no paran de subir en los últimos años. Europa sigue siendo el continente que mayor número de chocolates produce al año y, con un consumo que espera alcanzar los 25.000 millones de dólares en 2019, Estados Unidos ocupa ya el segundo lugar. **La industria chocolatera española cuenta con unas 122 empresas importadoras y exportadoras de chocolates**, y algunas de ellas, como la creada en 2003 por **Pedro Álvarez**, están dirigidas exclusivamente al mercado del lujo.

Pancracio es una empresa fabricante de exclusivos chocolates que compite con mercados tan exigentes como el belga o el suizo. El economista y experto en marketing, Pedro Álvarez, es el emprendedor que se atrevió a dejar su antigua vida para apostar por una pequeña marca de chocolate de lujo. El secreto de su éxito ha sido su crecimiento controlado manteniéndose fuera de los circuitos tradicionales de comercialización y, sobre todo, la exclusividad de un producto con una materia prima de calidad y un packaging inconfundible. Las más de **80 referencias** con las que cuenta actualmente la firma se pueden encontrar en los establecimientos más exclusivos del mundo como la cadena Neiman Marcus, Oxford Street de Londres o el emblemático Bergdorf Goodman de Nueva York.



Equipo Chocolates Pancracio. Fuente: Cosas de Comé.