

# Press Clipping Informe Millennials

23 febrero 2017

Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE

# Europa Press



Buscar

mercado**financiero** | europa**press**



Abonados



Macro Empresas Finanzas Energía Construcción Transportes Legal Laboral Fiscal Bolsa

## Economía

### Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales



FITUR NEWS

**idealista**

dibuja dónde quieres vivir

europa **press** comunicados

VIVA LA DIFERENCIA!  
**yoigo** ¡QUIERO ESTA TARIFA! >

**LA DEL CERO 1,2 GB.**

EN YOIGO.COM

1,2 GB + **1GB EXTRA GRATIS** + **0 LLAMADAS CENT/MIN**

#### Últimas noticias / Economía >>

- España y Portugal acuerdan cooperar para aumentar las interconexiones e impulsar inversiones en eficiencia
- El 60% del personal a bordo del AVE segunda el segundo día de huelga
- Warren Buffet dobla su participación

# El Economista

Portada EcoDiario Ecoteuve Informalia Evasión Ecomotor Ecoley Ecotrader elMonitor Economiahoy.mx Otras América Iniciar sesión

**elEconomista.es** | Economía

Jueves, 23 de Febrero de 2017 Actualizado a las 19:30

Portada Mercados y Cotizaciones Empresas Economía Tecnología Vivienda Opinión/Blogs Autonomías Kiosco eE Servicios

Datos Macro Indicadores Países Calendario Notas económicas

IBEX 35 ▲ +0,14% EURUSD ▲ +0,12% I. GENERAL DE MADRID ▲ +0,54% DOW JONES ▲ +0,02% ECO10 ▲ +0,32% EURIBOR ▲ +0,91% BRENT ▼ -1,57%



**DESTACAMOS** Las 'guerras comerciales' de Trump pueden convertir a Europa en la gran vencedora

**EN ECODIARIO.ES** Susana Díaz ve cómo Pedro Sánchez le triplica en las encuestas entre votantes del PSOE

## Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23/02/2017 - 19:30

Más noticias sobre: MASTERCARD REDES SOCIALES INTERNET EMPRESAS

**ENLACES RELACIONADOS**

- Las redes sociales y la política vuelven locos a los estadounidenses (23/02)
- El 80% de los profesionales de medios iberoamericanos

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de

**EL FLASH DEL MERCADO** 

**17:18** Peugeot Instinct Concept o cómo serán los coches del futuro de la marca francesa

**17:18** Buffett dobla su participación en Apple: Berkshire Hathaway posee ya el 2,3%

**17:16** El nuevo proyecto para la Plaza España de Madrid prevé reducir el tráfico un 50% y plantar 1.000 árboles

[Ver todos >](#)

**EUROMILLONES**

**¡TODAS LAS SEMANAS BOTE!**

Ventura24es

# The Luxonomist

divinity.es Gula TV | A-Z | Cookies | f | t | p | r

## THE LUXONOMIST

Q Español

ECONOMÍA BELLEZA ▾ FASHION ▾ GASTRO ▾ VIAJAR ▾ HOGAR ▾ CULTURA ▾ TECNOLOGÍA ▾  
Protagonistas ▾ AsiaTheLux ▾ EducaciónTheLux ▾ FamiliaTheLux ▾ DeportesTheLux The LuxShop

### El móvil y las RRSS, claves de los millennials consumidores de lujo

*Desvelamos las claves del informe 'Luxury Surrenders to Internet, the role of the millennials generation' publicado por el IE.*

24 Feb 2017 The Luxonomist

f t in



# Bolsamanía

**ESADE**  
Business School

**Bolsamanía**  
Web Financial Group

ÚLTIMAS HORAS: 17:01 El Dow Jones se resiste a caer y vuelve a marcar máximos  
16:46 Acciona se mete en problemas tras el 'profit warning' de la eólica  
16:42 Nadal recuerda a Cataluña que la mayoría de competencias en el

27.02.2017 | Actualizado a las 17:19

COTIZACIONES NOTICIAS ANÁLISIS DERIVADOS WARRANTS DIVISAS BROKERS Tiempo Real Trader Watch

IL 12,98 - 18 ago | ABERTIS 13,89 - 16:59 | EBRO FOODS 19,36 ▲ 0,05% 17:00 | SABADELL 1,38 ▼ -0,65% 17:00 | GAS NATURAL 18,04 ▼ -0,77% 16:59 | FCC 8,5 Bats

DESTACADOS La Caixa lanza un teclado virtual para transferencias y pagos móviles vía Whatsapp, Messenger y

¡La Información Financiera Que A Su Banquero No Le Gusta Que Lea!

## Economía.- Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

Europa Press | 23 feb, 2017 @ 19:30

Publicidad

## LOS TECNOPRECIOS MUCHO MÁS QUE UN BUEN PRECIO

- Financiación hasta en 12 meses sin intereses.\*
- Asesoramiento experto.

El Corte Inglés  
Electrónica y Electrodomésticos

\* Consulta condiciones

# Te Interesa

> ¿Por qué estamos aquí? Jueves 23/02/2017.  **Kit Buenos Días** Desayuna bien informado

**teinteresa.es** | Empresas

Portada | Presidente Trump | Argumentos | Economikón | Emprendedores | El Tiempo | Deportes

## Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23/02/2017 - EUROPA PRESS, MADRID

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

   0  0



Posiblemente tengamos el fondo que te acaban de recomendar en tu banco de siempre.

Y además, nuestras cuentas son:  
**GRATIS y sin comisiones**



**Abre YA tu cuenta de Fondos**



**AL MINUTO**

- 17:14 La Generalitat contestó a una de las empresas que organizó el 9-N que la providencia del TC no les afectaba
- 17:04 Una profesora arremete contra los padres y se vuelve viral en

# Cuatro

The screenshot shows the Cuatro website interface. At the top, there is a red navigation bar with the Cuatro logo, a search bar, and links for 'Conéctate | A-Z | Guía TV | Cookies'. Below this is a large banner with the 'ncuatro' logo. A secondary navigation bar includes 'Portada', 'Tecnología', 'Economía', 'Secciones', 'Noticias 14h', 'Noticias 20h', 'Fin de Semana', 'Vídeos', and 'Blogs'. The main content area features a news article titled 'Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales'. The article is dated 23.02.17 at 19:30h, from EUROPA PRESS in MADRID. It discusses how millennials' content creation on social media is influencing luxury retail strategies. A sidebar on the right lists 'los videos más vistos' with five video thumbnails and titles. The page is framed by blue and yellow graphics with the 'REALE SEGUROS' logo on both sides. At the bottom, there is a footer with a URL and various social media icons.

cuatro más

Conéctate | A-Z | Guía TV | Cookies | Buscar...

ncuatro

Portada Tecnología **Economía** Secciones Noticias 14h Noticias 20h Fin de Semana Vídeos Blogs

NOTICIAS CUATRO > Lo último • Sentencia del caso Nóos • Donald Trump • Valientes • El tiempo • Lo más Visto • Viral • Directo

## Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23.02.17 | 19:30h. EUROPA PRESS | MADRID

Compartir 0 | Twítear | correo

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millenials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos oficiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millennials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva en el caso de los 'millenials' y que es "esencial" para las empresas de lujo.

Según pone de manifiesto, los motivos principales son que crece el consumo, que los criterios de venta

### los videos más vistos

- Emotiva despedida en Marbella a Pablo Ráez
- La emotiva chirigota dedicada a Pablo Ráez
- Muere Pablo Ráez en su casa de Málaga rodeado de su familia y amigos
- Una discoteca de Barcelona premia a las chicas que asistan "sin bragas"
- Carcaño insiste: "Marta no está en el río Guadalquivir"

PUBLICIDAD

REALE SEGUROS

REALE SEGUROS

REALE SEGUROS

ads.telecinco.es/5c/www.cuatro.com/informativos/noticias/L36/405693768/x02/es\_publicimedia/17-02-G1-Reale-skin-roba-Billboard-Informativos-Cuatro-986995/SkinFenixDirecto\_25091310310296.html/7752334b4246674e306b5141424a7771

# Telecinco

The screenshot displays the Telecinco website's news section. At the top, the 'TELECINCO.es' logo is on the left, and navigation links for 'Conéctate | A-Z | Guía TV | Cookies' and a search bar are on the right. The main header reads 'informativostelecinco.com'. Below this is a navigation menu with categories like 'Inicio', 'Lo último', 'Economía', 'Tecnología', 'Sociedad', 'Deportes', '+ secciones', 'A la Carta', and 'Vuelve a ver'. A secondary menu lists 'ES NOTICIA > Sentencia caso Nóos · Donald Trump · Valientes · Viral · Vídeos · El tiempo · Blogs · Lo + visto'. A video section highlights 'En video > Así ha sido el garrafal error en la gala de los Oscar 2017 durante la lectura del premio a Mejor Película' and 'Óscar 2017 > La alfombra roja de los Óscar, foto a foto'. The main article is titled 'Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales'. It includes a sub-headline: 'Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.' The article text discusses the impact of millennials on luxury retail strategies, mentioning David Millán, a professor at IE, and the role of social media in their purchasing decisions. A video player on the right shows a news anchor and a guest. Below the article is a 'PUBLICIDAD' section with the text 'JUNTO A REALE TENGO LA CONFIANZA PARA DISFRUTAR DE LA VIDA'. The page is framed by a blue background with yellow curved lines and 'REALE SEGUROS' logos on the left and right sides.

TELECINCO.es más

Conéctate | A-Z | Guía TV | Cookies Buscar...

## informativostelecinco.com

Inicio Lo último **Economía** Tecnología Sociedad Deportes + secciones A la Carta Vuelve a ver

ES NOTICIA > Sentencia caso Nóos · Donald Trump · Valientes · Viral · Vídeos · El tiempo · Blogs · Lo + visto

**En video** > Así ha sido el garrafal error en la gala de los Oscar 2017 durante la lectura del premio a Mejor Película

**Óscar 2017** > La alfombra roja de los Óscar, foto a foto

### Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23.02.17 | 19:30h. EUROPA PRESS | MADRID [Compartir 0](#) [Twitter](#) [correo](#)

**Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.**

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millenials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos oficiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millenials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva en el caso de los 'millenials' y que es "esencial" para las empresas de lujo.

INFORMATIVOS A LA CARTA

Más información en [Telecinco.es/informativos](http://Telecinco.es/informativos)

PUBLICIDAD

JUNTO A REALE TENGO LA CONFIANZA PARA DISFRUTAR DE LA VIDA

REALE SEGUROS

REALE SEGUROS

ads.telecinco.es/5c/www.telecinco.es/informativos/L29/1016470353/x02/es\_publicmedia/17-02-G1-Reale-skin-roba-Billboard-informativos-t5-986995/SkinFenixDirecto\_25091310310296.html/7752334b4246674e306b5141424a7771

 ¡Descubre **AHORA** todos los valores seleccionados en nuestro **NUEVO INFORME!** → **IDESCÁRGALO GRATIS!**

Portada Invertia Noticias Artículo

|



Últimas noticias >

## Economía.- Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales



Europa Press

Jueves, 23 de Febrero de 2017 - 19:30 h.

MADRID, 23 (EUROPA PRESS)

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millenials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos ofiales, lo que puede provocar que la

**De la Serna se muestra "optimista" por la negociación con los estibadores**

EFE - 17:17

**Dólar cede, inversores esperan detalles sobre planes fiscales de Trump**

Reuters - 17:17

**El Rey y Puigdemont abren un Mobile multitudinario**

EFE - 17:12

**La adopción de móviles inteligentes se ha duplicado en 4 años, según Google**

EFE - 17:12

 **Invertia**  
Me gusta esta página 13 650 Me

Seguir a @invertia 19,7 K seguidores

Publicidad

# La Voz Libre

Director: Manuel Romero | Lunes, 27 febrero 2017 | Suscríbete al BOLETÍN | RSS

Buscar en lavozlibre.com

## LAVOZLIBRE >>

PORTADA | ACTUALIDAD | CONFLICTO | MEDIOS | OPI-BLOGS | CULTURA | DEPORTES | SALUD | OCIO | VIVA LA VIDA | TECNOLOGÍA | MADRID

### Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

Europa Press  
jueves, 23 de febrero de 2017, 19:30

MADRID, 23 (EUROPA PRESS)

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millenials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos ofiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millennials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva en el caso de los 'millenials' y que es "esencial" para las empresas de lujo.

Según pone de manifiesto, los motivos principales son que crece el consumo, que los criterios de venta online están relacionados con la conveniencia y que el móvil es el dispositivo preferido para acceder a la web y comprar.

"Los millennials están directamente relacionados con los smartphones, que se configuran como su herramienta clave para realizar sus compras", explica la directora de Marketing de Mastercard Iberia, Eva Ruiz, por lo que asegura que desde su

Recomendar 0

Twitter

G+ 0

+

Twitter

Facebook

Imprimir

Google+

Correo

Gmail

Email App

Más... (198)

AddThis

### LA NUTRICIÓN ÓPTIMA ES LA MEDICINA DEL MAÑANA

Dr. Luis Pauling

quirónsalud  
La salud persona a persona

## LAVOZLIBRE >>

ahora en portada



**'Moonlight' le amarga la fiesta a 'La La Land', que triunfa con seis Oscar**



**El independentismo monta el circo otra vez, ahora para arropar a Homs**



# Finanzas

27 de Febrero, 17:33 pm Regístrate Inicia sesión   

**INVERSIÓN**  
**finanzas.com** Buscar un valor, texto, noticias...

Inicio **Noticias** Cotizaciones Análisis Técnico Finanzas Personales Opinión Eventos Evasión Código Único

Última hora Mercados Empresas Economía **Vivienda** Empleo Agenda macro Comunicados de empresa Noticias corporativas

 **IBEX 35**  
9.472,40 (0,20%)  **MADRID**  
955,81 (0,18%)  **EUR/USD**  
1,0622 (0,06%)  **PETRÓLEO BRENT**  
56,60 (0,52%)  **ORO**  
1.256,25 (0,07%)

## Economía.- Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23/02/2017 - 19:30 EUROPA PRESS

 [Twitter](#) 

MADRID, 23 (EUROPA PRESS)

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millenials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos ofiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millennials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva en el caso de los 'millennials' y que es "esencial" para las empresas de lujo.

Según pone de manifiesto, los motivos principales son que crece el consumo, que los criterios de venta online están relacionados con la conveniencia y que el móvil es el dispositivo preferido para acceder a la web y comprar.

publicidad



COMIENZA EL VIAJE  
#BEEFEATER   
DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE (40)

LO MÁS LEIDO

# Periodista Digital

## Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

Europa Press, 23 de febrero de 2017 a las 19:30



ECONOMÍA | EMPRESAS

Los 'millennials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millennials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos oficiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millennials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva



**yoigo**  
Llámanos  
800 622 357

**LLEGA LA FIBRA.**

**FIBRA 300 Mb**

**7€/MES**  
IVA INCL.  
\* CUOTA DE LÍNEA 20 €

¡Saber más! >

PERIODISTA DIGITAL

TU + [icon] = € Danos tu opinión y consigue dinero por ello

**one**  
Lo quiero >

**Vodafone**  
Power to you

- Fibra 50Mb
- Móvil 4GB/Llamadas ilimitadas
- Fijo con llamadas ilimitadas

**20%**

# Siglo XXI



SIGLO XXI  
Diario digital independiente, plural y abierto

Sueldos Públicos | El Viajero | Display | Tienda | Diseño | Grupo | Versión móvil

Google® Búsqueda personalizada

Opinión | España | Mundo | Economía | Deportes | Cultura | Sociedad | Ciencia | Más

A GRANDES PROBLEMAS  
GRANDES SOLUCIONADORES

\*18  
EUROMILLONES  
100 APUESTAS  
POR 3,99€  
JUGAR AHORA  
Ventura24es

A GRANDES PROBLEMAS  
GRANDES SOLUCIONADORES



Para los problemas de tu casa

Empresas

## Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

Agencias  
@DiarioSigloXXI  
Jueves, 23 de febrero de 2017, 19:30 h (CET)

MADRID, 23 (EUROPA PRESS)  
Los 'millennials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.



> Ampliar la imagen

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millennials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

Noticias relacionadas

- El 60% del personal a bordo del AVE secunda el segundo día de huelga
- Warren Buffet dobla su participación en Apple
- Nadal recuerda a Cataluña que la mayor parte de las competencias en el ámbito digital son europeas
- Sacyr gana 120 millones gracias a la revalorización de Repsol
- Víctor Grifols gana 1,27 millones en su último año como consejero delegado de la empresa

Tenemos más de 10.000 grandes solucionadores

# Crónica de Cantabria

The screenshot shows the website for CDC Crónica de Cantabria. The header features the logo and the text "LA INFORMACIÓN AL INSTANTE". A search bar is located in the top right. The navigation menu includes "Inicio", "Secciones", "Comics", "Blogs", "Las películas de la TV hoy", and "Estrenos de cine".

**Deportes**

- 17:40:03 ::: Baulista lidera el buen estreno de la "Armada" en Dubai y Federer arrolla a Paire
- 17:30:02 ::: Nace "Barça Innovation Hub", proyecto para cambiar el mundo "desde la excelencia deportiva"
- 17:10:04 ::: Götz será baja durante un periodo indefinido por un problema de metabolismo
- 16:50:04 ::: Asenjo: "Voy a demostrar que se puede salir una vez más"
- 16:40:01 ::: El Sevilla, el "rey" de los minutos finales por delante de Barcelona y Real Madrid
- 16:30:02 ::: Lopetegui pide un lleno en El Molinón para el "vital" partido ante Israel

**Entradas recientes**

- A información pública el proyecto para finalizar la senda costera, que retira el vallado y dos miradores
- El 60% del personal a bordo del AVE secunda el segundo día de huelga
- Nadal rehúsa dar plazos para el 5G, ya que es igual de malo tanto hacerlo demasiado pronto como tarde
- Génova no ve un "drama" si hay más de un candidato en sus

**Los millennials influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales**

POR CRÓNICA DE CANTABRIA – 23/02/2017



Los millennials que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los millennials , sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos oficiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los millennials..."

**Azul FM :: 97.6**

**Crónica en Papel**



**Parlamento de Cantabria**

**Hemeroteca**

# La Información

**yoigo**  
Llámanos  
800 622 357

**LLEGA LA FIBRA.**

FIBRA  
300 Mb

7€/MES  
IVA INCL.  
+ CUOTA DE LÍNEA  
20 €

¡Saber más! >

**lainformacion.com**  **buscar**

lainformacion.com Secciones Mundo España Economía Opinión Deportes Tecnología Ciencia Salud Cultura Motor Gente Televisión

Jueves, 23/02/2017 - 19:29 h Eurovisión Oscars 2017 Horóscopo Vídeos Fotogalerías Fotos Blogs Lo último Lo más Temas Mujer.es Practicopedia

**OSCAR 2017** 06:47 [Consulta la lista de los ganadores](#)

**LLEGA LA FIBRA.**

¡Saber más! >

**yoigo**

FIBRA  
300 Mb

7€/MES  
IVA INCL.  
+ CUOTA DE LÍNEA  
20 €

Llámanos  
GRATIS  
800 622 357

ARTE, CULTURA Y ESPECTÁCULOS - INTERNET

## Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

POR EUROPA PRESS / LAINFORMACION.COM  
MADRID | 23/02/2017 - 19:31



Con Atención Personalizada para Pymes, tu proyecto preparado para el mundo digital

Más info >

**Vodafone**

WSP DESTACADOS  
**BLOGS / NUESTRAS FIRMAS**

**EN MI MOLESTA OPINIÓN >>**  
El amor y la ideología en los tiempos del marianismo líquido

José Luis Roig

**SEGURO DE VIAJE**

**SOLO ESTA SEMANA -20% DTO**

Ahorra ya y viaja tranquilo

Cupón Dto:  
**20VIAJE**

**ASSISTANCE**  
reinventando los servicios

# BigBozz

BigBozz.es - Búsqueda Financiera [Buscar](#) [Noticias](#)

[Home](#) » [Noticias](#) » [Economía](#) » Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

## News

[Economía](#)  
[Empresas](#)  
[Finanzas](#)  
[Finanzas Personales](#)  
[Comercio](#)  
[Fiscalidad](#)

### Los 'millenials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales

23 de febrero de 2017 18:30

Los 'millenials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

Noticias inicial: <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8177873/02/17/Los-millenials-influyen-en-la-estrategia-de-los-comercios-de-lujo-al-crear-contenido-en-las-redes-sociales.html>



Más noticias:

- 1h Hace ( 27 de febrero de 2017 15:38 ) [Iberia adelanta a mayo el lanzamiento de la clase turista premium en los vuelos a bogotá y a junio en México](#)
- 26 de febrero de 2017 09:24 [Productos agrícolas brincan fronteras](#)
- 26 de febrero de 2017 08:00 [Economía/Laboral - Nueve de cada diez autónomos menores de 40 años cotiza por la base mínima](#)
- 26m Hace ( 27 de febrero de 2017 17:09 ) [Los economistas sugieren eliminar Patrimonio y armonizar Sucesiones... bajando el impuesto](#)
- 26 de febrero de 2017 09:00 [Ugt denuncia que el superávit en el sepe se debe a que no se ha ejecutado el presupuesto destinado a los parados](#)



Diciembre - 2016							Enero - 2017							Febrero - 2017						
Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
-	-	-	1	2	3	4	2	3	4	5	6	7	8	-	-	1	2	3	4	5

# Norbolsa

Inicio | Acceso Clientes A+ | A- es | eu

Mapa Web | Preguntas más frecuentes

**norbolsa**  
BROKER

Lunes, 27 febrero 2017; 17:35

Mercados | Análisis | Al día | Mis cuentas | Servicios Conoce norbolsa | Atención al cliente | Abrir cuenta

Usted está en: Inicio > Al día > Actualidad > Noticias

**Detalle Noticia**

23/02/2017 19:30:04 - Europa Press

**Los 'millennials' influyen en la estrategia de los comercios de lujo al crear contenido en las redes sociales**

MADRID, 23 (EUROPA PRESS)

Los 'millennials' que consumen lujo impactan más sobre las estrategias de las empresas de este sector que las generaciones precedentes, al tener la capacidad de modificar el mensaje mediante la creación de contenido en las redes sociales, según un informe elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y de Productos de Prestigio de IE y Mastercard con la colaboración de Condé Nast.

El documento concreta que se trata de un impacto "más sutil que disruptivo", ya que "las actitudes no son el papel diferencial de los 'millennials', sino su presencia y el uso de las redes sociales".

El profesor de IE y responsable del informe, David Millán, ha explicado que esta generación es creadora de contenidos propios, mientras que sus predecesores son únicamente difusores de contenidos oficiales, lo que puede provocar que la estrategia de una empresa de lujo se vea modificada.

"Las empresas ya no controlan totalmente sus mensajes y contenidos, ya que los 'millennials', al generar contenidos propios en su proceso de compra, influyen en la capacidad de la empresa de generar sus propios mensajes".

Por otro lado, el estudio resalta la importancia del teléfono móvil a la hora de acelerar el proceso de compra, una herramienta que se hace aún más efectiva en el caso de los 'millennials' y que es "esencial" para las empresas de lujo.

Según pone de manifiesto, los motivos principales son que crece el consumo, que los criterios de venta online están relacionados con la conveniencia y que el móvil es el dispositivo preferido para acceder a la web y comprar.

"Los millennials están directamente relacionados con los smartphones, que se configuran como su herramienta clave para realizar sus compras", explica la directora de Marketing de Mastercard Iberia, Eva Ruiz, por lo que asegura que desde su compañía trabajan para ofrecer una experiencia de pago móvil "segura, rápida y fiable".

**LA TIENDA FÍSICA, ESENCIAL PARA EL LUJO**

A pesar de la importancia de la venta por Internet, el informe muestra que la tienda física continúa siendo la piedra angular de una empresa de lujo, como complemento del consumo online.

Según Millán, la creación de valor en el lujo se basa en la combinación, y no en la sustitución entre ambos canales de venta.

Así, los consumidores valoran la conveniencia y la variedad cuando compran online, mientras que las motivaciones fundamentales a la hora de comprar en tienda están relacionadas con la experiencia de venta.

Por último, el informe pone de manifiesto que las actitudes hacia el lujo por parte de los 'millennials' no son tan diferentes a las de otras generaciones, ya que su comprensión del mismo permanece firmemente vinculada a la percepción de la calidad.

**Etiquetas:**

Fuente: Europa Press

**Resultados de Empresas**  
Conoce los resultados trimestrales de las principales compañías cotizadas

Aspectos a destacar de los resultados

**Norbolsa Broker Móvil**  
Accede cómodamente a Norbolsa Broker desde tu móvil

Conoce nuestro servicio

**Reforma del Sistema de Compensación y Liquidación del mercado de valores español**

Accede a información detallada...

**Buscador de valores**  
Inserte valor o ticker