

[Library](#)

[Web](#)

[Reference](#)

[Logout](#)

## Article

We need YOU! Help us improve HighBeam Research. [Click here to take a survey.](#)

[Search](#) ▶ [Advanced Search](#)

porfirio tequila

**RESEARCH**

[Save this query](#) to My Saved Searches | [Alert Me](#) when there are new results for **porfirio tequila**

| [XML](#) Create an RSS Feed for **porfirio tequila**

[< Previous](#) | [Return to Results Next >](#)

[Go to most relevant part](#) [Refine Search](#)

## Capital Intellectual / Porque creo que lo valgo\*.(Negocios)



**Newspapers**

El Norte (México D.F., México);  
12/15/2003

Byline: Daniel Ochoa Garcia

Gracias a un excelente servicio de noticias llamado Zenit, acaba de llegar a mis manos informacion sobre un libro recientemente publicado titulado: "Trading Up: The New American Luxury", y que se podria traducir como: "Gastar: El Nuevo Lujo Americano".

Uno de los autores de este libro, Michael J. Silverstein, colabora con la prestigiada empresa consultora The Boston Consulting Group, una de las firmas lideres en todo el mundo en estrategias competitivas; el otro autor, Neil Fiske, es el actual director general de Bath and Body Works.

La tesis principal del libro consiste en explicar y demostrar como es que toda una generacion de la sociedad norteamericana esta demandando cada dia mas y mas productos de lujo. Todo lo anterior lo basaron en solidas investigaciones en 23 diferentes categorias de productos, desde alimentos hasta ropa, incluyendo automoviles, accesorios para el hogar, viajes, etcetera. La conclusion es innegable: los bienes de consumo de lujo representan ventas anuales por 350 mil millones de dolares. Asi de facil.

Los investigadores y autores se interesaron inicialmente en el tema a traves de la simple observacion, viendo detalles como los siguientes: ?Por que gastar 4 dolares en una taza de cafe de Starbucks, si se puede comprar una por 2 dolares en una tienda de conveniencia? ?Por que gastar 7 dolares en una torta con pan Panera, si puede costar 3 dolares en un supermercado? ?Por que

Tools:

[E-mail](#) | [Print](#)

[Save Article](#)  
[Export to Word](#)  
[Export to PowerPoint](#)

Font Size: [A](#) | [A](#) | [A](#) | [A](#)

Arial

**NEW** [Blog this Article](#)

## IMPORTANT NEWS FLASH

**U.S. Government Offers:  
American Green Card for Life**



**American passport**



**American Green Card**

Live and Work in the USA  
The U.S. Government: "Equal Opportunity to all -  
50,000 people will get a Green Card!"

[Easy online registration](#)

## My Research Center

My Saved

- [Articles](#)
- [Searches](#)
- [Alerts](#)
- [Research Groups](#)
- [RSS Feeds](#)

[My Preferences](#)

[My Account](#)

[advertiser links](#)

[what's this?](#)

gastar 29 mil dolares en un BMW, cuando por 20 mil dolares se puede comprar un muy buen carro estadounidense? En conclusion, ¿por que en plena recesion economica mundial un segmento de la sociedad esta dispuesta a gastar de un 20 hasta un 200 por ciento de mas en nuevos productos y servicios de lujo?

#### Nuevos productos de lujo

¿Que es un nuevo producto de lujo? Vamos a distinguirlos por contraste, los tradicionales productos de lujo son: las joyas, las pieles, los autos de coleccion, las obras de arte, etcetera. Los nuevos productos de lujo son: los pantalones de mezclilla con marca de disenador (Armani), un refrigerador con puerta de acero inoxidable (Sub Zero), ropa interior 100 por ciento algod6n de marca (Victoria Secret), un cepillo para limpiar la taza del bano fabricado de acero inoxidable (William Sonoma), etcetera. Podemos decir, todos aquellos productos que antes no existian en su "version de lujo", que podian adquirirse facilmente.

De acuerdo a los autores, otros productos considerados "nuevos lujos" incluyen: la cerveza Sam Adams, la nieve Ben&Jerry, un portafolio de la marca Coach, algunas prendas que venden en Neiman Marcus, las maletas y portafolios Tumi y la marca de cosmeticos Diane von Furstenberg.

Y yo le agregaria unos cuantos productos mas, por ejemplo: asistir a las salas de cine VIP, la marca de cerveza Casta, y una botella de Tequila marca Don Porfirio. Usted mismo puede elaborar una lista de los "nuevos lujos", esos productos o servicios por los que estamos dispuestos a pagar un sobreprecio (a veces bastante significativo), porque percibimos como mejor la calidad o la imagen de su marca.

Lo interesante es que estos productos siempre tienen un competidor que no esta tan alejado de su calidad, sin embargo, el consumidor esta dispuesto a pagar mas sin dudar. ¿Por que?

¿Por que gastamos en nuevos lujos?

Los autores del libro encontraron que la mayoría de las personas se siente mas feliz cuando consume o compra estos productos. Pero, ¿por que? Bueno, en cierta medida porque siente que esta tomando una decision de adquirir algo mejor, por el simple placer de hacerlo.

A lo mejor es una simple caja de chocolates "gourmet", o una fruta exotica organica, o lo que sea. Simplemente por que siente deseos de adquirir algo diferente, exotico. Otra razon, pero no siempre mencionada por los consumidores, es que a todos nos gusta considerarnos ricos, afluentes, "que podemos darnos un lujo de vez en cuando".

Otra razon muy importante es "acercanos" a marcas que nos permiten la oportunidad de adquirir productos al alcance de nuestro presupuesto. Por ejemplo, si un portafolio Coach tiene un precio de 500 dolares, quizas nunca vaya a comprarlo, pero si me ofrecen una cartera de la misma marca a lo mejor si me gasto 50 dolares en ella. Todo con tal de pertenecer al "selecto grupo" de aquellos que usan Coach.

Lo mismo estan haciendo las marcas de autos de lujo, acercando sus modelos a las clases sociales media-alta, fijando precios mas accesibles en productos mas austeros.

Usted puede ver que en nuestra sociedad mexicana este fenomeno tambien se esta presentando, saque sus conclusiones y decida sus acciones.

El Titulo de la Columna\*

La frase "Es un lujo, pero creo que lo valgo" fue utilizada por la marca de tintes para el cabello Clairol (Division de Consumo que pertenece a la farmaceutica Bristol-Myers Squibb) en una campana de publicidad de los años ochenta.

Acerca de Zenit

Zenit es una agencia internacional Catolica de noticias, es una fuente de informacion dirigida a suscriptores privados, que envia mediante correos electronicos eventos relacionados con la

#### [Chase Home Mortgage](http://www.chasehomefinance.com/)

Finance your home today. Take advantage of Today's Low Rates.

<http://www.chasehomefinance.com/>

#### [Holistic Health Counselor](http://www.integrativenutrition.com/)

Integrative Nutrition Training. 1 yr program dist. learning options

<http://www.integrativenutrition.com/>

#### [Childrens Furniture](http://www.furniture.com/)

Furniture your kids will love At great prices with fast delivery.

<http://www.furniture.com/>

#### [Bath And Body At Shopping.com!](http://www.shopping.com)

Find, compare and buy Fragrance and other Health and Beauty products at Shopping...

<http://www.shopping.com>

#### [Huge Bath and Body Discounts At Ebates.com](http://www.Ebates.com)

Ebates.com offers huge savings at Bath and Body and other major retailers with c...

<http://www.Ebates.com>

perspectiva de la Iglesia Catolica.

En un mensaje reciente fue en donde me encuentre la interesante resena sobre el libro: "Trading Up: The New American Luxury". Si desean mas informacion sobre Zenit, les recomiendo consultar la pagina electronica: <http://www.zenit.org/>

"Las necesidades emocionales a veces se satisfacen con bienes materiales".

COPYRIGHT 2003 Agencia Reforma

[< Previous](#) | [Return to Results](#) | [Next >](#) | [Return to top of page](#)

---

The above article is from [El Norte \(México D.F., México\)](#), December 15, 2003.

[XML](#) Create an RSS feed for [El Norte \(México D.F., México\)](#) ([What's This?](#))

Refine your HighBeam Library search:

RESEARCH

Search for more information on HighBeam Research for [porfirio tequila](#):

[Results from only the current publication: \*\*El Norte \(México D.F., México\)\*\*](#)

[Results from only current source type: \*\*Newspapers\*\*](#)

[Results from only the month of this article: \*\*December 2003\*\*](#)

[Results from only the \*\*last 30 days\*\*](#)

[Results from: \*\*The entire web using HighBeam Web\*\*](#)

[Results from: \*\*Reference works from HighBeam Reference\*\*](#)

[Results by using our \*\*advanced search\*\*](#)

---

This material is published under license from the publisher through the Gale Group, Farmington Hills, Michigan. All inquiries regarding rights should be directed to the Gale Group.

HighBeam™ Research, Inc. © Copyright 2005. All rights reserved.

[About Us](#) | [Advertise with Us](#) | [Customer Support](#) | [Listings](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms & Conditions](#)