

EN LA RED

Patricia Bàrcena
@ipatri
Asesora y
formadora en marketing
online



“El año del rollo auténtico”, según el nuevo informe Mazinn x IAB Spain

El nuevo informe de Mazinn e IAB Spain llega con un mensaje claro, para las nuevas generaciones, la relevancia cultural ya no es un plus, sino la condición mínima para que una marca exista en su radar. Y esa relevancia no se construye con más publicaciones ni más campañas, sino con algo bastante más difícil de fingir, autenticidad.

“Tiene un rollo propio y auténtico” es el indicador más valorado para conectar con jóvenes. Justo detrás aparece “tiene un rollo que me representa”. La conclusión es evidente, el primer filtro no es el producto ni el precio, sino la coherencia.

A partir de ahí, el informe dibuja un mapa cultural donde ganan las marcas capaces de integrarse en el lifestyle de su público. Nike continúa como ejemplo transversal porque no “apoya” al deportista, valida su sacrificio, su narrativa y su identidad.

El estudio también redefine qué es “contenido de calidad”. Ya no lo determina la producción, sino el tiempo que una persona decide regalarle al video antes de deslizar el dedo. En la encuesta, la mayoría prioriza el contenido que aporta valor real (inspiración, información, utilidad) y el que se percibe honesto. Solo un 17,7 % menciona la alta calidad audiovisual.

Cuando llega el apartado de comunidad, aparece otro cambio significativo, los jóvenes no quieren ser audiencia, sino participantes. Les interesa formar parte del proceso, conocer decisiones, ver aciertos y errores.

Los referentes siguen teniendo un papel clave, pero bajo una condición imprescindible, integración natural.

En conjunto, el informe deja una foto muy clara del momento actual, conectar no va de volumen, va de significado. Las marcas que triunfan lo hacen porque saben quiénes son, saben qué aportan y saben cómo hacerlo de forma honesta. En un entorno saturado, la autenticidad deja de ser una cualidad estética para convertirse en la única estrategia que no pasa de moda.

ACTUALIDAD EMPRESARIAL



Jesús Nuño de la Rosa deja el cargo como Consejero Delegado de Air Europa

Juan José Hidalgo, presidente de Air Europa, y Jesús Nuño de la Rosa, consejero ejecutivo de la Compañía, alcanzaron un acuerdo mediante el cual este último ha dejado su cargo y responsabilidades en Air Europa, que ya ha saldado sus deudas con la Sociedad Estatal de Partici-



paciones Industriales (SEPI) y ha conseguido el apoyo de Turkish Airlines como inversor. Dicho acuerdo fue aprobado por el Consejo de Administración de Air Europa.

El pasado martes, la aerolínea nombró a Richard Clark como nuevo Consejero Delegado, con el propósito de reforzar su compromiso con la excelencia operativa y el crecimiento interna-

cional.

Asimismo, César Hernández Blanco y Juan Manuel Bujía, representantes de SEPI en el Consejo de Administración de Air Europa, también presentaron su dimisión como consejeros de la sociedad. Esta decisión se enmarca dentro del contexto actual de la compañía, que realizó el pago anticipado del préstamo concedido por SEPI, con un año de antelación respecto a la fecha originalmente establecida.

La salida de ambos consejeros de la SEPI coincide con la desvinculación de Jesús Nuño de la Rosa como CEO de Air Europa.

Air Europa ha agradecido a Jesús Nuño de la Rosa su entrega, dedicación y lealtad durante el desempeño de su cargo desde julio de 2022. Asimismo, la compañía expresó su agradecimiento a César Hernández Blanco y Juan Manuel Bujía por el trabajo realizado y su compromiso durante el tiempo que han formado parte del Consejo de Administración.



FIS3 Asesores organiza una jornada sobre el Reglamento VERI*FACTU

FIS3 Asesores organizó el pasado 13 de noviembre una jornada informativa sobre el Reglamento VERI*FACTU en Golf Son Muntaner, a la que asistieron más de 130 personas que acudieron con el objetivo de conocer de primera mano las implicaciones de esta normativa y resolver sus dudas sobre su futura implementación. Durante la sesión, se ofrecieron explicaciones detalladas y ejemplos prácticos sobre los cambios.

Presentan el III Concurso de Escaparates de Navidad “Especial Nacimiento”

El Consell de Mallorca, en colaboración con las patronales de comercio AFEDECO y PIMECO, han puesto en marcha el III Concurso de Escaparates de Navidad “Especial Nacimiento”, una iniciativa dirigida a todos los comercios de la isla, a excepción de Palma, con el objetivo de impulsar el comercio local y reforzar las tradiciones.

PASAJEROS

3.501.199

Son Sant Joan registra 3,5 millones de pasajeros

El aeropuerto de Son Sant Joan cerró el mes de octubre con 3.501.199 viajeros, lo que representa un ligero aumento del 0,3% respecto al mismo mes del año anterior. El Aeropuerto de Menorca cerró octubre con 358.328 pasajeros, lo que supone un 1,6% más que en el mismo mes de 2024. El Aeropuerto de Eivissa registró en octubre 833.101 pasajeros, lo que representa un descenso del 1,8% en comparación al mismo mes un año antes.

La Fundación Turismo Responsable otorga ayudas a 17 pymes de Mallorca

La Fundació Turismo Responsable de Mallorca ha participado en el proyecto europeo I-STARs de sostenibilidad turística, cuenta con seis socios europeos, incluyendo a la Fundació Turismo Responsable de Mallorca y

la Cambra de Comerç de Mallorca. Ha apoyado a 125 pymes turísticas con ayudas de hasta 5.600 euros por empresa, 17 de ellas en Mallorca, para la adopción de prácticas y competencias verdes. Es iniciativa cofinanciada por la Unión Europea con un presupuesto total de 1,25 millones de euros.



Tomeu Bennasar dirigirá los canales online de Ávoris

Ávoris Corporación Empresarial anunció días atrás la incorporación de Tomeu Bennasar como nuevo director general de producto dinámico y online. La llegada se enmarca en un acuerdo que integra la plataforma tecnológica de Bennasar, llamada Nativics, dentro de las soluciones de Ávoris, Ávoristech.

Agencias de viaje y proveedores del sector turístico se reúnen en el IX Workshop Grup AVA

El Hotel Iberostar Waves Cristina acogió días atrás el IX Workshop Grup AVA, que contó con la participación de las 22 agencias que conforman Grup AVA, además de 18 empresas proveedoras del sector turístico. El evento consiguió reunir a más de 75 personas. La novena edición del Workshop de Grup AVA que, como en años anteriores, posibilitó que las agencias de viajes pudieran conocer las distintas novedades de las 18 empresas participantes.

Una vez finalizadas las rondas de reuniones, todos los asistentes disfrutaron de un cóctel, en el que pudieron seguir intercambiando impresiones sobre el sector. Las agencias de viajes del Grup AVA que participaron son: Viajes Almudaina, Viajes Duende, Viajes Es Freus, Viajes Kontiki, Viajes Llabres, Viajes Llevant, Viajes Magon, Viajes Marazul, Viajes Martel, Viajes Massanella, Viajes Mijura, Viajes Orion, Viajes Parthenon, Viajes Pegaso, Viajes Santa Ponsa, Viajes Solter Tours, Viajes Sura Business y Viajes Travel d'Or. Las entidades proveedoras del sector turístico nacional que participaron fueron: Balearia, Bedsonline, Soltour, MSC Cruceiros, Iberia, W2M, Sixt Rent a Car, Trasméd, Insurance Travel, Intermundial, CDV, Costa Cruceiros, Avoris, Veturis, Menorca Lines, Europamundo, Skiservels y Air Canada.

Howden se une a CAEB como entidad colaboradora para ayudar a las empresas

La presidenta de CAEB, Carmen Planas, y el director de Howden Balears-Relaciones Institucionales, José Cuat, firmaron días atrás la incorporación de la aseguradora a la patronal balear para ayudar a las empresas a protegerse frente a los distintos riesgos que afrontan en su actividad. Gracias al acuerdo alcanzado las organizaciones y empresas asociadas a la patronal podrán acceder a una auditoría personalizada de su programa de seguros. Esta colaboración refuerza el compromiso de CAEB por ofrecer a sus asociados servicios de alto valor añadido.

Para contactar con esta sección: Envíe sus comunicados a redaccion@eleconomico.com