

publicidad

En tu vida profesional quedan capítulos por rodar

publicidad

En tu vida profesional quedan capítulos por rodar

publicidad

¡MOTO  
3 MESES  
GRATIS  
En tu seguro

publicidad

NUEVO PEUGEOT  
PARTNER TEPEE  
TECNOLOGÍA EN ACCIÓN

# CincoDías

martes, 24 de noviembre de 2015

Regístrate

Iniciar sesión



Buscar artículos

Inicio ▾ Mercados ▾ Empresas ▾ Economía ▾ Tecnología ▾ Mis ahorros ▾ 5 Sentidos ▾

ESTÁ PASANDO > IBEX 35 | Precio petróleo | Atentado París 13-N | Volkswagen Group | Black Friday | Elecciones generales MÁS TEMAS >

CincoSentidos

## El 'secret shopping', la última tendencia en el mundo del lujo

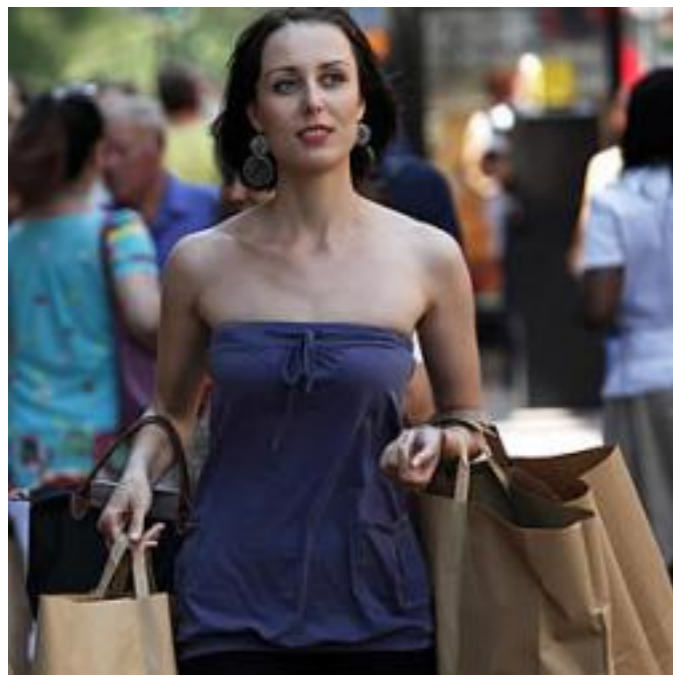
● El consumidor de alta gama pide bolsas sin logos para no exhibir sus compras.

MARISOL PAUL | 13-07-2009 07:00



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Ocio](#) [Estilo vida](#)



El 'secret shopping', la última tendencia en el mundo del lujo

BLOOMBERG

exhibiendo sus compras. La discreción les lleva a solicitar bolsas de papel sin marcas ni logotipos. Susana Campuzano, socia-directora de Luxury Advise y profesora del Instituto de Empresa, habla del Secret Shopping, una tendencia en ascenso. "Los clientes, por un sentido de culpabilidad, prefieren llevar sus compras en paper bags bolsas de papel para no presumir".

“Los clientes se dan menos caprichos y apuestan por los clásicos de las marcas que durarán en el tiempo”

durar en el tiempo".

Gloria Martín Martínez, directora de Marketing de Bang & Olufsen en España, Francia, Portugal e Italia, prefiere hablar de plazos de compra más largos. En su opinión, los clientes se toman más tiempo para

Quién va a seguir siendo rico en los próximos años? El número de millonarios en el mundo ha bajado un 14,9 %, según el último estudio de Merrill Lynch y Capgemini. En España, la caída es mayor, un 21,11%. Quedan 127.000 familias con activos financieros superiores al millón de euros, de ellas, sólo un 0,5% cuenta con un patrimonio financiero por encima de los 30 millones de euros. La crisis ha reducido las fortunas y se ha llevado por delante la extravagancia. El consumidor de bienes de lujo prefiere en estos momentos la discreción.

El desplome económico ha propiciado un cambio de valores y nuevos comportamientos entre estos compradores. "Se acabó el consumir por consumir", comenta Jaime García-Antón, director de AIG Clientes Privados, quien ha ejercido de anfitrión en un encuentro con expertos sobre la situación del mercado de alta gama en España.

Un cierto sentimiento de culpabilidad ha calado entre los clientes de las firmas de lujo, que no quieren salir de las tiendas

exhibiendo sus compras. La discreción les lleva a solicitar bolsas de papel sin marcas ni logotipos. Susana Campuzano, socia-directora de Luxury Advise y profesora del Instituto de Empresa, habla del Secret Shopping, una tendencia en ascenso. "Los clientes, por un sentido de culpabilidad, prefieren llevar sus compras en paper bags bolsas de papel para no presumir".

El consumidor del lujo se comporta de forma más discreta y racional. Blanca Gordon, personal shopper de Shopin, ha visto como la actividad de la empresa se consolidaba en los últimos años gracias a la alta capacidad de endeudamiento de los clientes destinada a disfrutar de servicios exclusivos. Ahora han cambiado su comportamiento, confirma. "Se dan menos caprichos, apuestan por los iconos de las marcas, los que van a

### Lo más leído

Dónde se puede pagar una casa y dónde todavía no

Arranca el Black Friday

WhatsApp pondrá fin a los pesados en chats de grupo

Los despachos piden eliminar el impuesto de patrimonio

Indra destituye a Monzón por comprar un avión sin permiso

Ver +



publicidad

POR EL BUEN CAMINO.

Fundación ONCE

UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro

ONCE COCEMFE Plena Inclusion ONCE FAVAS GERM

analizar el producto, "buscan el valor añadido de lo que quieren comprar".

Davide Bolognesi dirige la casa editorial Marilena Ferrari-FMR en España y ha comprobado cómo la crisis ha llevado a los clientes a abandonar las decisiones rápidas y a ser más selectivos en aras de la calidad. Carmen Reviriego es una experta en el mercado del arte. Desde la dirección general de Wealth Advisory Services, asesora a los grandes patrimonios en la gestión de sus carteras. "La gente consume según sus expectativas. Yo creo que está a la espera de cómo evoluciona la situación económica y su respuesta es más conservadora la hora de tomar decisiones de compra". Lo que se ve en su unidad de arte son coleccionistas que están adquiriendo obras de artistas anteriores a 1900 y a las vanguardias. La solidez de Léger frente a la volatilidad de Hirst. La rentabilidad media del primero ha sido del 17,3% desde 1998, mientras que los precios del segundo han caído un 30% en los últimos tres meses.

En los precios radica, precisamente, el mayor riesgo para el sector y los expertos se preguntan si el mercado de alta gama será capaz de aguantar el tirón. No todo el lujo resiste la crisis de igual manera. Eduardo Zorzano, retail manager del grupo Farlabo, que distribuye en España marcas como Dupont, distingue entre dos tipos de compradores, el "habitual", con alta capacidad adquisitiva, y el "que se da un lujo", un segmento que ha sostenido crecimientos de dos dígitos en las marcas durante los años de bonanza y que ha resultado castigado especialmente con la crisis. Para Zorzano, puede dar la sensación de que las firmas están bajando los precios por el lanzamiento de estrategias comerciales puntuales, pero la estrategia de las compañías seguirá basada en los productos de marca.

En Bang & Olufsen la inversión en el desarrollo de productos es la clave para combatir estos tiempos. "Vamos a lanzar novedades que nos permitan llegar al nicho de mercado que aún sigue confiando en la calidad de la marca, y en algunos casos, a precios más asequibles", informa Gloria Martín.

Aunque la bajada de precios es algo que ya está sucediendo, Susana Campuzano considera que de seguir la tendencia algunas marcas saldrán del mercado. Jaime García-Antón, por su parte, no contempla una caída de precios en el sector del lujo, lo equipara a un "suicidio comercial".

El mercado del lujo, no desaparecerá, coinciden los expertos, eso sí, tendrá que reinventarse.

## La estrategia de las marcas 'premium'

En el debate sobre los retos y amenazas a los que se enfrenta el mercado de productos y servicios de alta gama, la gran incógnita es la estrategia que seguirán las marcas para retener a los clientes. Jaime García-Antón tiene claro que el futuro está en el mercado del bienestar. "Las personas quieren acceder a algo diferente, quieren aprender, ser expertos en viajes, en vinos, en café, en todo lo que aporte valor a su vida".

En este sentido, Blanca Gordon ha comprobado que el éxito de Shopin está vinculado a la satisfacción de sus clientes una vez que han aprendido a comprar o a vestirse.

Susana Campuzano aconseja a las marcas reflexionar sobre qué es lo que quiere el cliente y cree que hay que ser visionario. "Los proyectos que están triunfando con la crisis están en las redes sociales".

Reviriego pone el acento en las empresas con tradición, "gozarán de una situación de privilegio en la recuperación, el resto desaparecerá o bajara de estatus."

publicidad



POR EL BUEN CAMINO!

Fundación ONCE

UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro

ONCE COCEMFE Plena inclusión ONSE IFRMS CORMI

publicidad

Cámbiate a la Cuenta NÓMINA de ING DIRECT

publicidad

Cámbiate a la Cuenta NÓMINA de ING DIRECT

publicidad

# Primark

Liquidación de stock -70%-80%-90%. Moda y Complementos Online



publicidad

# Primark

Liquidación de stock -70%-80%-90%. Moda y Complementos Online



LOS ESPECIALISTAS

1 de 3



Análisis del SP500, Eurostoxx50 y Dax. Dobles suelos en marcha por David Galán  
[EL RINCÓN DEL TRADER](#)  
David Galán



Black Friday y multiculturalismo.  
[USS ENTERPRISE](#)  
Carlos Rosales





Futuro de tipos de interés bajos, según la Fed  
 LA VENTANA A LOS MERCADOS  
 BNP Paribas Personal Investors



PARA ALEGRARLES EL OTOÑO  
 UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS  
 José Luis Martínez Campuzano



La Transformación Digital y las lavadoras del futuro...  
 IDEARIUM  
 ESADE Business & Law School



< 1 de 3 >

Ver +

publicidad

publicidad

## ¿CONOCES ESTOS PRODUCTOS?

+ Descubre qué crédito se adapta mejor a **tus necesidades**. Hasta 15.000€ **sin compromiso**

Teléfono

¡Te llamamos!

He leído y acepto la [política de privacidad](#)

+ Saca **rentabilidad** a tus ahorros. Solicita tu pack autónomos **en menos de 5 minutos**.

+ ¿Buscas una cuenta nómina sin comisiones? ¿Y si además te ahorras un 3% en gasolina?

Recomendado por iAhorro

## ¿CONOCES ESTOS PRODUCTOS?

+ Descubre qué crédito se adapta mejor a **tus necesidades**. Hasta 15.000€ **sin compromiso**

Teléfono

¡Te llamamos!

He leído y acepto la [política de privacidad](#)

+ Saca **rentabilidad** a tus ahorros. Solicita tu pack autónomos **en menos de 5 minutos**.

+ ¿Buscas una cuenta nómina sin comisiones? ¿Y si además te ahorras un 3% en gasolina?

Recomendado por iAhorro

## MÁS NOTICIAS SOBRE 5 SENTIDOS

- + Los 'cambios' que debe afrontar el Real Madrid
- + El cielo de Aranjuez acoge la Copa del Rey de aerostación
- + Para ser buen abogado hay que pasar por el diván
- + SOS: urge digitalizar España

## Última hora en Cinco Días

Banco de España apunta a un elevado dinamismo del gasto

Las empresas ganan un 28,6% más hasta septiembre

Xiaomi Mi Pad 2, la nueva tableta con procesador Intel y diseño metálico desde 150 euros

Carrefour se suma al Black Friday con rebajas del 30%

Laboratorios de Valladolid crean una nueva especia a partir de la uva

Ver +

publicidad

publicidad

publicidad

publicidad

[Contacto](#) | [Aviso Legal](#) | [Política de privacidad](#) | [¿Quiénes somos?](#) | [Política de cookies](#) | [RSS de cincodías.com](#) | [Versión móvil](#)

© ESTRUCTURA GRUPO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS S.A.- Miguel Yuste, 42 - 28037 Madrid [España] - Tel. 91 538 61 00



Webs de PRISA

EL PAÍS



SANTILLANA

CANAL+



SER

as

ADN 91.7

CARACOL RADIO

EL HUFFINGTON POST

UNO



CincoDías



maximo

M80 RADIO

dial

KeBuena

YES fm

Richmond

MODERNA

plural

TVI 24

CINEMANIA

Reflexiones

Tareas y más

MeriStation

El Viajero

CLASIFICADOS ELPAISCOM