



NOVIEMBRE 2022

Enfoka-Trends

La era low cost: El "más por menos" se populariza.

La era low cost: El “más por menos” se populariza.

El contexto económico inflacionista y el incremento de la oferta centrada en precios bajos en prácticamente todos los sectores, lleva al resurgir de la era low cost. La ciudadanía tiene que apretarse el cinturón y buscan abaratar su cesta de la compra en todo lo posible.

Este cambio forzado en los hábitos de consumo ha llevado a una respuesta inmediata por parte de las marcas, que lanzan campañas alineadas con las necesidades de la población ante una inminente pérdida de poder adquisitivo.

El mercado se llena de marcas y **líneas low** para satisfacer a las personas consumidoras sin tener que renunciar al momento de compra. En sectores como la alimentación, la belleza, la moda o el transporte, las opciones de bajo coste eran ya una primera elección para mucha gente, que encuentran en estas líneas de negocio una alternativa satisfactoria.

Y aunque es necesario que haya mercado para todos y todas, el auge de esta tendencia puede llevar a retomar malos hábitos e invitar a un consumo sin control. Lo vemos a diario en redes sociales. Hauls de ropa fast fashion, decoración para el hogar y rutinas de belleza para todos los bolsillos inundan los perfiles de redes sociales cuyo contenido se basa únicamente en el consumo de este tipo de productos.

ENFOKA-TRENDS NOVIEMBRE 2022

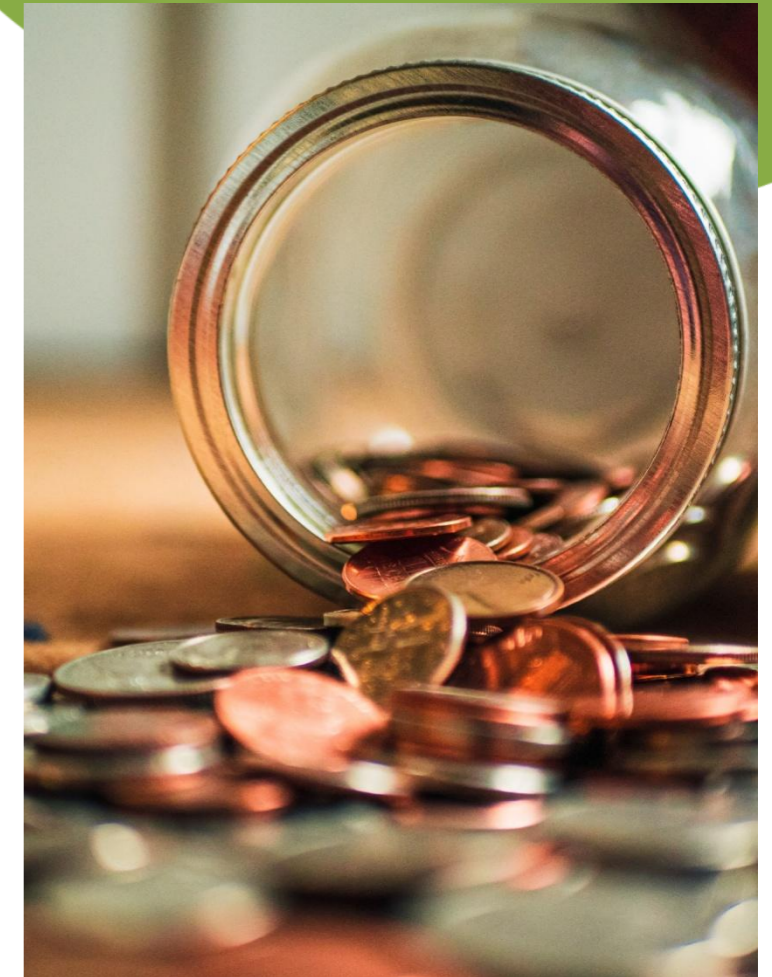


Imagen de [Josh Appel](#) en [Unsplash](#)

La era low cost: El “más por menos” se populariza.

Frente a esto, marcas muy posicionadas apelan a la responsabilidad individual de las personas, pues la búsqueda y adquisición de un producto debe ser una decisión consecuente a largo plazo.

Pero, ¿es posible comprar barato y mantener una actitud responsable al mismo tiempo? Para las voces expertas, el éxito estará en saber evitar el riesgo de consumir por consumir.

Algunos datos:

- 11%: Porcentaje de estaciones de servicio low cost en España, entre las que se encuentran marcas como Ballenoil, Petroprix o BonÁrea, entre otras. Número que creció entre un 40%-45% en 2021.
- 46,2%: Cuota de mercado que ha alcanzado la marca blanca en España, según EAE Business School, lo que supondría un aumento de 7 puntos en 3 años.
- 75%: Porcentaje de personas consumidoras que espera que los precios continúen subiendo a lo largo del segundo semestre de 2022, según una encuesta realizada por la empresa Gartner.
- 79%: Porcentaje de ciudadanía española para la que el precio resulta el criterio más importante a la hora de comprar ropa, según el European Fashion Report.

ENFOKA-TRENDS NOVIEMBRE 2022

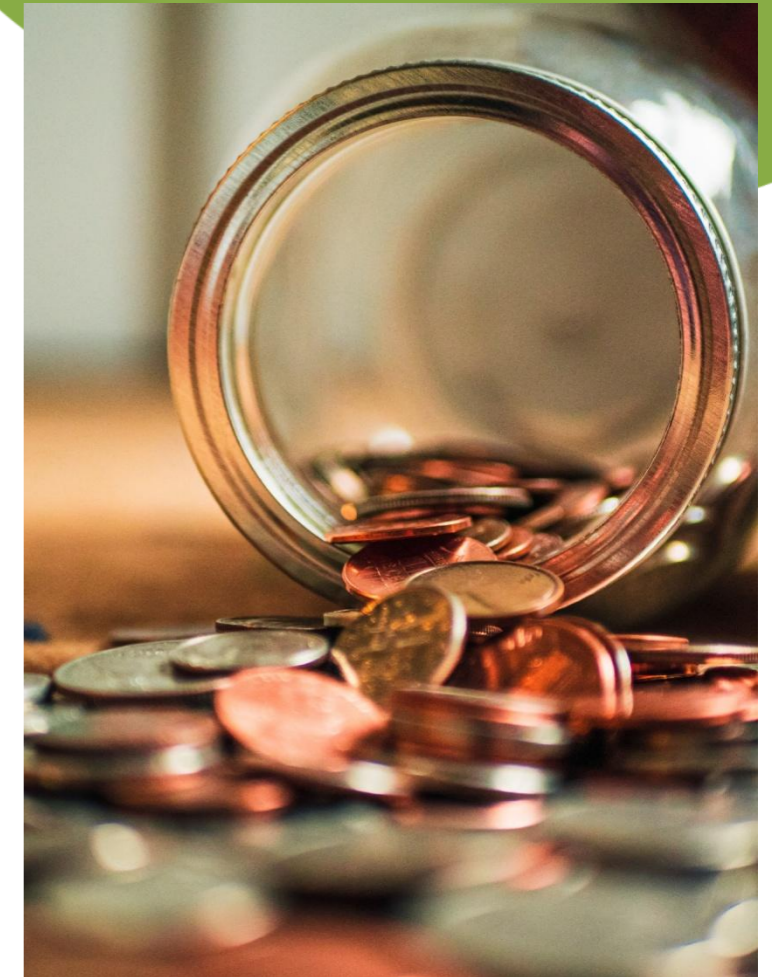


Imagen de [Josh Appel](#) en [Unsplash](#)

La era low cost: El “más por menos” se populariza.

Las empresas están dando pasos hacia una moda más sostenible. Marcas consideradas low cost, están intentando en más o menos medida transformarse hacia empresas más sostenibles.

Pero recientemente ha surgido una nueva tendencia nacida entre adolescentes con un marcado perfil en redes sociales que está teniendo tanto éxito que está desbancando a la tendencia de compras sostenibles y conscientes. Y puede hacer peligrar las esperanzas de un consumo responsable, se trata del **Ultra Fast Fashion**.

El fenómeno está coprotagonizado por plataformas que ofertan ropa de no muy buena calidad, pero a bajo precio y con muchos descuentos, en las que jóvenes usuarios de las Apps de estas plataformas se enganchan a este tipo de ofertas favoreciendo el problema actual con la moda fast fashion.

Los consumidores son conscientes de que no duran ni tres lavados, pero se crea la necesidad de estar a la última en tendencias. Moda muy rápida, plataformas y un nicho de personas jóvenes con las que se puede perder el concepto de consumo consciente, que con tanto esfuerzo se intenta transmitir.

Esta tendencia es transversal, ocurre en el sector de moda pero también en otros como alimentación, ocio o transporte. A continuación veremos algunos ejemplos.

ENFOKA-TRENDS NOVIEMBRE 2022

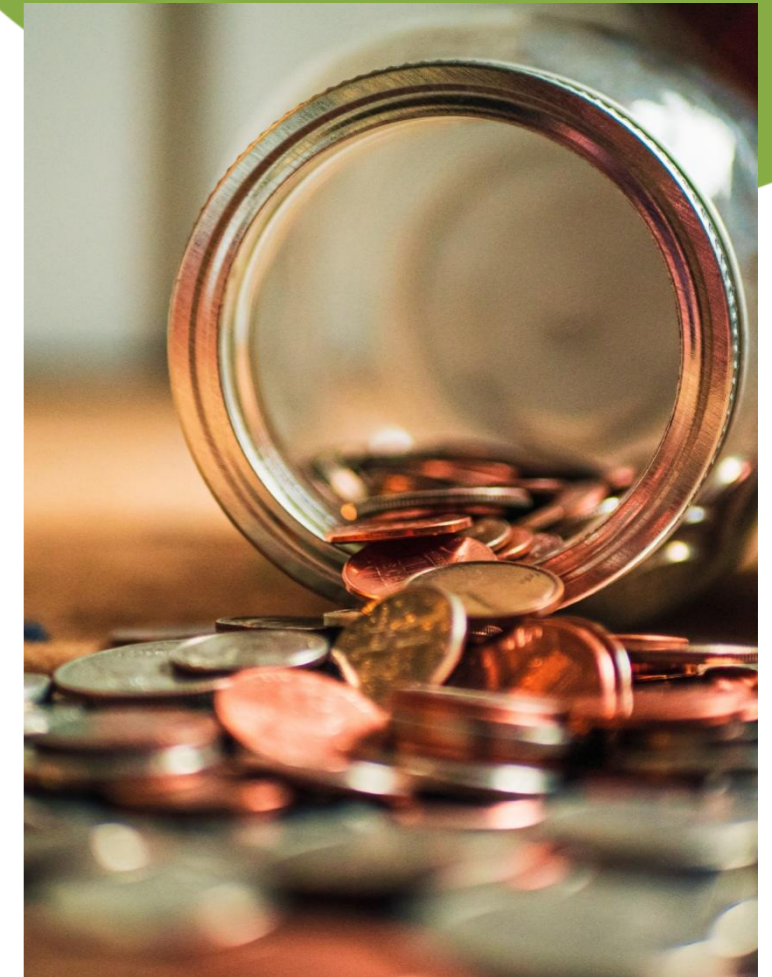


Imagen de [Josh Appel](#) en [Unsplash](#)

La era low cost: El “más por menos” se populariza.

ENFOKA-TRENDS NOVIEMBRE 2022

Netflix ha anunciado una tarifa low cost cuya principal característica es que muestra anuncios mientras ves el contenido a cambio de ofrecerte una suscripción más barata. Así pues, es una alternativa con la que Netflix intenta conseguir más suscriptores a un precio mucho menor. Netflix no ha parado de subir sus precios en los últimos meses, lo que ha coincidido con su pérdida de usuarios. Esta es una alternativa para atraerlos de nuevo.

Carrefour ha abierto Supeco, su supermercado 'low cost' en el que promete reducir un 10% los precios respecto a otros supermercados. Supeco centra su política comercial en ofrecer el mejor precio en productos de alimentación, entre los que juegan un papel predominante los proveedores locales y regionales. En su catálogo hay más de 8.000 artículos de las principales categorías, como frutas, verdura, panadería, limpieza, higiene y belleza o encurtidos, entre otras.

El transporte en ferrocarril también se ha visto afectado. En los últimos 12 meses un 4,3% de los españoles eligieron viajar en trenes de las compañías de alta velocidad low cost, Avlo y Ouigo, frente al 10,2% que lo hicieron en el AVE estándar de Renfe y un 6,4% los de Avant. Esto supone un importante incremento porcentual respecto a los datos de 2021, coincidiendo con la liberalización del transporte ferroviario de pasajeros en España que recientemente ha sumado los servicios del primer operador privado Iryo.

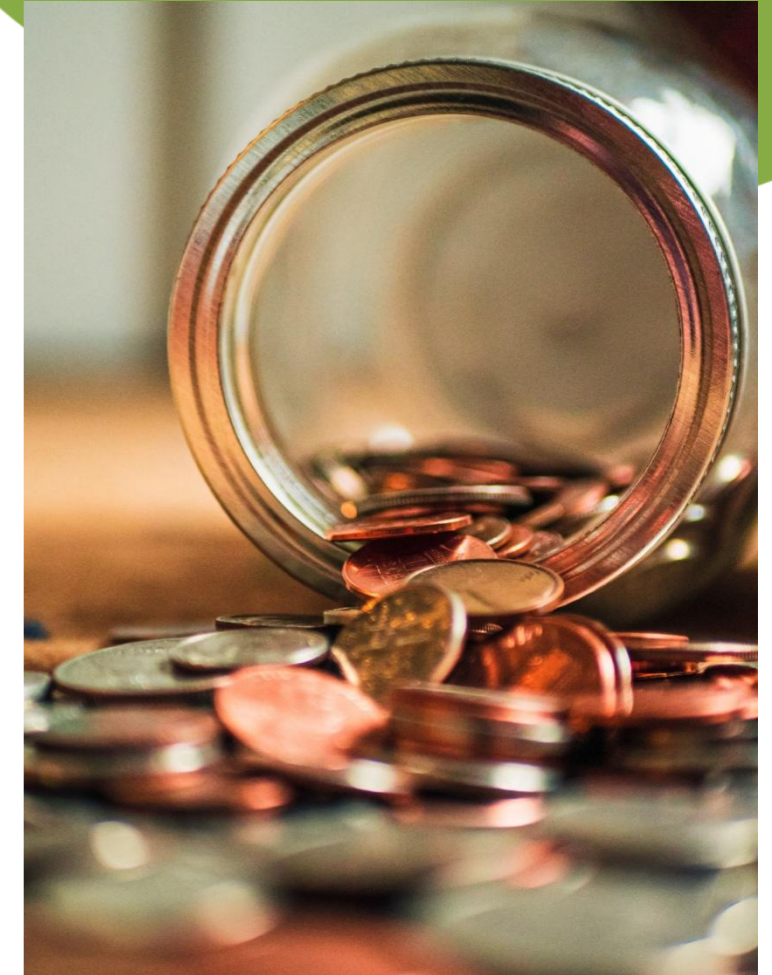


Imagen de [Josh Appel](#) en [Unsplash](#)

La era low cost: El “más por menos” se populariza.

En el sector textil ya se cuenta con la presencia de algunos gigantes del low cost. Y es que, en 2021 decidió abrir sus puertas en España Pepco, el conocido como Primark polaco, y en 2022 lo hizo Zeeman, una firma holandesa de las mismas características.

Ahora, en esta guerra de la ropa low cost se suma un nuevo competidor en España, la empresa de origen alemán KiK que prevé abrir 20 puntos de venta entre España y Portugal. Los tres tienen un tamaño similar en volumen de ventas anuales y cuentan con las mismas intenciones de internacionalización. Sin embargo, hay algunos elementos en los que se diferencian, ya que Pepco potencia más su gama infantil y Zeeman se enfoca en localizaciones más alejadas de los centros de interés.

A esta oferta física se debe añadir la oferta de empresas como Shein que con 50.000 referencias en su catálogo y presencia en un centenar de países, se ha convertido en un gigante de las compras de moda ultra rápida on line. Pero producir prendas en menos de una semana a través de una red de miles de proveedores en China, y entregarlas hasta tres veces más rápido que Zara (uno de sus competidores) tiene un alto coste para el planeta.

La organización ecologista Greenpeace ha alertado, tras realizar un análisis de presencia de sustancias químicas en 47 productos de la marca, de que Shein emplea productos químicos peligrosos para la salud, prohibidos por la normativa europea. Greenpeace ha pedido a la UE que haga cumplir sus leyes sobre productos químicos peligrosos, que en su opinión "son un requisito básico para lograr una economía textil circular y el fin de la moda rápida, como se establece en la propia Estrategia Textil de la UE".

ENFOKA-TRENDS NOVIEMBRE 2022

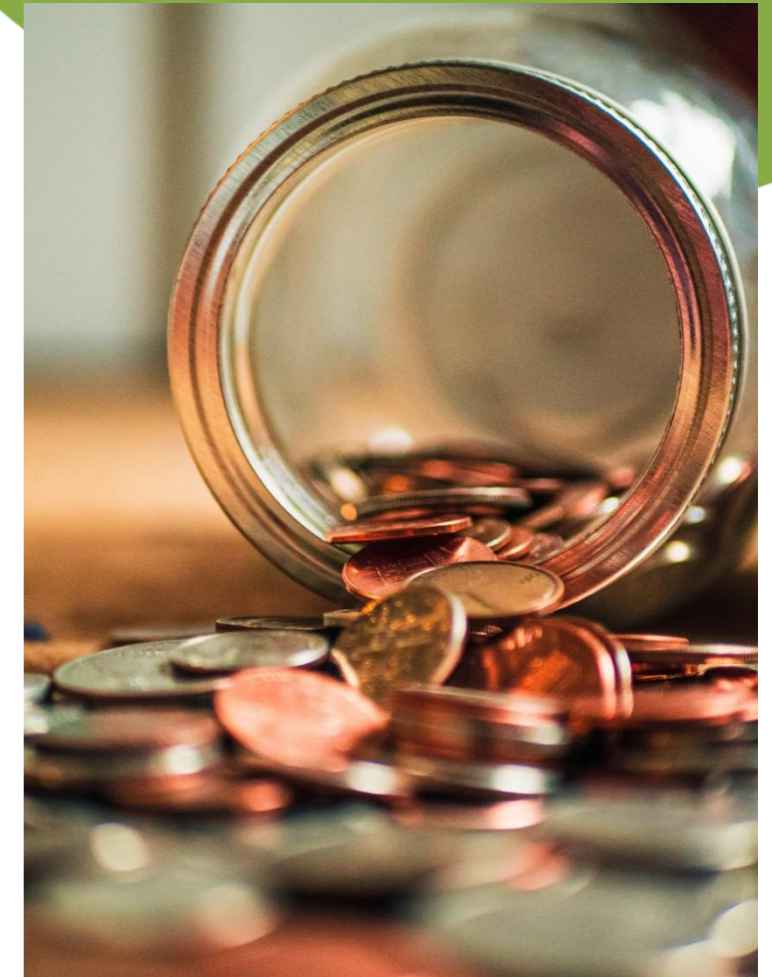


Imagen de [Josh Appel](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Strambotica (2022)** *¿Que es el ultra fast fashion?.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://strambotica.es/que-es-el-ultra-fast-fashion/>
- **Yubal Fernandez (Xataka, 2022)** *Netflix low cost y con anuncios: qué es, cuánto cuesta y cómo llega y cómo funciona la nueva tarifa básica.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.xataka.com/basics/netflix-low-cost-anuncios-que-cuanto-cuesta-como-llega-como-funciona-nueva-tarifa-basica>
- **Victor Gil (La información, 2022)** *Supeco: así es el supermercado barato de Carrefour para ahorrar hasta un 10%.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/supeco-supermercado-barato-carrefour/2877479/>
- **Hosteltur (2022)** *Los usuarios de alta velocidad low cost son casi la mitad de los del AVE.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.hosteltur.com/154504-los-usuarios-de-alta-velocidad-low-cost-son-casi-la-mitad-de-los-del-ave.html>
- **Patricia Malagon (Libre mercado, 2022)** *KiK se une a Zeeman y Pepco para ampliar la gama de moda 'low cost' con su llegada a España.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.libremercado.com/2022-10-02/kik-se-une-a-zeeman-y-pepco-para-ampliar-la-gama-de-moda-low-cost-con-su-llegada-a-espana-6937845/>
- **NIUS (2022)** *Shein, la peligrosa 'bomba química' del gigante chino de la moda 'low cost'.* Recuperado el 30 de noviembre de 2022 de <https://www.niusdiario.es/economia/consumo/20221126/shein-peligrosa-bomba-quimica-gigante-moda-low-cost-chino-18-08089039.html>

Información relacionada

- Zorraquino Consumer Trends 2023: <https://trends.zorraquino.com/informes/consumer-trends/2023>
- Pepco: <https://pepco.es>
- Zeeman: <https://www.zeeman.com/es>
- KiK: <https://empresa.kik.es/gama-de-productos/moda>