

El pago fraccionado se consolida como aliado en la adquisición de productos de lujo

El pago fraccionado refuerza su posición como aliado estratégico en el sector del lujo, facilitando el acceso a productos exclusivos y mejorando la experiencia de compra. Este método, valorado por su practicidad y flexibilidad, responde a las expectativas de un consumidor que busca soluciones cómodas y adaptadas a sus necesidades, sin renunciar a la calidad y exclusividad que ofrecen las marcas premium.

El mercado del lujo en España ha alcanzado los 7.500 millones de euros

Un informe reciente de Luxonomy sobre la economía del lujo en España destaca que este mercado continúa en expansión, alcanzando una facturación en 2024 de 7.500 millones de euros y registrando un crecimiento anual del 7 %. Sectores como la moda, la alta gastronomía, las joyerías, los automóviles y el turismo destacan como los principales motores de este crecimiento, con ciudades como Madrid, Barcelona y Marbella liderando la venta de productos y servicios premium.

A esta tendencia se suma un estudio franco-español realizado por Kaleido Intelligence, que revela que **casi la mitad de los consumidores españoles ya han utilizado el pago fraccionado** para compras superiores a 1.000 euros, con una transición hacia plazos más largos de 5 a 12 cuotas, en detrimento de los plazos más cortos de 2 a 4 cuotas. Además, el 80 % de los encuestados señaló que contar con esta facilidad de pago les anima a realizar nuevas compras, tanto en tiendas como en portales online.

El consumidor busca equilibrio entre la exclusividad y la accesibilidad

La idoneidad y la flexibilidad que ofrecen soluciones de pago como [plazox](#) responden a las nuevas demandas de un consumidor que busca equilibrio entre la exclusividad y la accesibilidad. Esta facilidad de pago se está consolidando como un aliado estratégico para las marcas de lujo que buscan diversificar su base de clientes y facilitar el acceso a sus productos.

En palabras de Luis Álvarez-Cascos Paredes, Director de Marketing, Negocio e Innovación de plazox, “el pago fraccionado ya no es solo una herramienta financiera, sino un facilitador que conecta a los consumidores con sus aspiraciones, especialmente en sectores como el lujo, donde el acceso a productos de alta gama puede marcar la diferencia en la experiencia de compra”.



En este sentido, [plazoX](#) se posiciona como un actor clave en la transformación del comercio de lujo, aportando valor tanto a empresas y marcas de lujo como a consumidores en un mercado en plena expansión.