

ÚNICA, EXCLUSIVA, SUSTENTABLE...

LA ROPA USADA QUIERE MARCAR PAUTA

EN LA MODA LOCAL

LOS AMANTES DE LAS MARCAS Y LOS INCANSABLES BUSCADORES DE UN ESTILO PERSONAL ENCUENTRAN EN EL MERCADO DE LA ROPA DE SEGUNDA MANO LA OPORTUNIDAD DE CUIDAR SU BOLSILLO Y DIFERENCIARSE. PYMES Y GRANDES TIENDAS APROVECHAN LOS BAJOS COSTOS DEL PROCESO Y SUMAN SEGUIDORES, CONFORMES CON LA CALIDAD DE LAS PRENDAS Y DEL SERVICIO. SÍ, SEGUIDORES, PORQUE EL VESTUARIO ES PARA ALGUNOS UNA SEDUCTORA ADICCIÓN.

Asesoría: María Eugenia Vera, coordinadora carrera Publicidad y Comunicación Integral U. Autónoma; Marcel Goic, investigador Centro de Estudios del Retail, Ingeniería Industrial U. de Chile; Ezequiel Lifman, gerente general BOWI; Constanza Ramírez y Javiera Sarratea, creadoras de Ropera y Feriaferi, respectivamente.

Por Carolina Montiel Iglesias

La llegada a Chile de ropa usada desde Estados Unidos (líder en el mercado del vestuario al menos hasta 2018, según EAE Business School) y Europa corre desde 1975, bajo normas sanitarias y aduaneras. Situación especial, pues vecinos como Perú, Bolivia y Paraguay tienen barreras sanitarias y de protección de sus industrias textiles que impiden el negocio. En tanto, Canadá y Japón son los mayores importadores mundiales de ropa usada.

Chile es cotizado como un mercado emergente atractivo para la inversión en retail, con ventas que aumentarían un 13% con miras a 2018 (A.T. Kearney) y, claro, acá la ropa de segunda mano sí se considera parte de este tipo de comercio, aunque aún es incipiente su investigación. Hay importadores con puntos de venta propios, mientras que otros comercializan a pymes que desembalan, higienizan y seleccionan la mercadería.

El consumo, en tanto, es transversal. Se concreta en ferias libres a bajos precios y en tiendas que ofrecen exclusividad, tenidas para ocasiones importantes, disfraces y tallas especiales muy grandes o pequeñas.

Las marcas que se han posicionado en el mercado local de segunda mano se ubican principalmente en calle Bandera de Santiago Centro, Providencia, Ñuñoa y Las Condes. Valparaíso y Concepción sobresalen en regiones. Entre sus innovaciones están: uso de canales de venta online para mayoristas, garantías de cambio de prendas y aplicación del concepto "ropa reciclada" vinculado al cuidado ambiental y la responsabilidad social.


Bajos costos aseguran la victoria. Algunos locales impulsan líneas de productos (como Fashion y Premium), mientras que otros presentan una selección variada de prendas y accesorios. Las grandes ocasiones y los cambios de estación son aliados de los que ofrecen, por ejemplo, ropa deportiva (esquí en invierno, surf en verano) y vestidos de novia y fiesta.

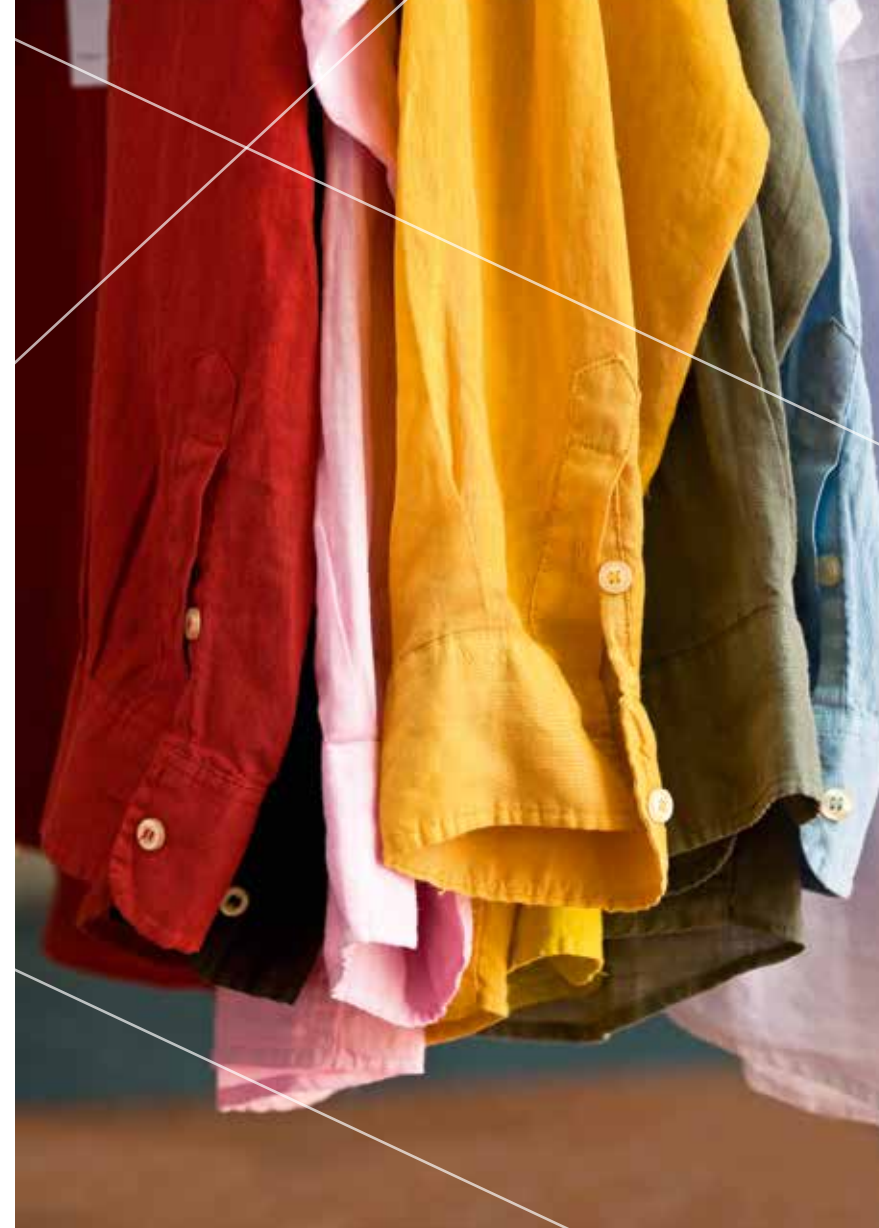
Aunque hay excepciones, el grueso de la mercadería es -efectivamente- de segunda mano. Esto porque es clave en esta industria

la máxima reducción de costos de inventario y transporte. Lotes compactos poco seleccionados facilitan la tarea para quienes emprenden en el rubro.

Los comerciantes que en vez de vender ropa nueva optan por la usada, se diferencian y encuentran mejores márgenes en artículos de marca o de nicho. Sin embargo, tienen que renovar permanentemente sus estrategias comerciales por tendencias como: reducciones de costos de la manufactura asiática, acortamiento de temporadas de la industria tradicional y desarrollo de los outlets.

Según el INE el consumo de ropa de segunda mano es una de las causas del mejoramiento en la vestimenta durante la última década, junto al incremento de la ropa y los zapatos importados, los Tratados de Libre Comercio y las caídas en el precio del dólar.

En Chile hay cadenas de ropa usada que anualmente importan más de cinco toneladas de ropa y que han ganado más de 100.000 clientes. Por su parte, tiendas medianas ubicadas en buenos sectores pueden facturar unos \$5 a \$7 millones mensuales. La otra cara de la moneda es la industria textil nacional que atraviesa una caída en las ventas de un 14% [Intech]. Si bien es esperable su positivo repunte, la situación deja más espacio a las importaciones low cost. 



VITRINAS SECOND HAND SE LUCEN EN INTERNET

Hace tres décadas la promoción masiva de ropa usada no era común. Ahora los contenidos online son una gran oportunidad para los que venden, compran y muestran productos orientados a looks únicos. Entre estas vitrinas se destaca Ropera, plataforma que reúne a unas 150 tiendas de ropas usadas, intervenidas y nuevas. Pero no sólo facilita transacciones, pues informa sobre cuidados para prendas y eventos afines. Su popularidad motivó la creación de un servicio de venta online que pronto estará disponible.

En línea también está Feraferió, un marketplace de ropa usada de tendencias actuales. Nació como una idea entre amigos que querían juntar dinero y renovar sus clósets, pero superó las expectativas y cuenta con 20.000 usuarios registrados y visitas atractivas para la publicidad, así que el proyecto se ha hecho rentable. En estos días prepara una aplicación móvil y se esfuerza por seguir cautivando a quienes son conscientes de que pueden reducir el impacto de la producción textil industrial con sus decisiones de compra.

ROPA (USADA) FASCINANTE

BOW! vende ropa vintage estadounidense y europea en siete tiendas, en Santiago y Providencia, desde \$990. Su equipo viaja constantemente para encontrar los productos, luego los importa de forma independiente y los selecciona en sus bodegas de Iquique y Santiago. Distribuye más de 3.000 prendas (desde casual a alta costura) a diario en sus locales.

Sus productos son de segunda mano, aunque también hay nuevos, siempre y cuando se ajusten

al estilo de la marca. Desea llegar a un público transversal que por ahora se concentra en hombres y mujeres entre 18 y 35 años. Su éxito en el comercio desde 2010 tiene base en valores como consistencia, calidad, cómodo ambiente y buena atención. La marca, además, ha crecido un 100% a la fecha y proyecta un crecimiento de 25% en sus locales al primer año de marcha de cada uno.

EN LA RUTA "SECOND HAND"

- El mercado de ropa usada ha democratizado el acceso a la ropa de lujo, ésta última crece un 15% anual (Nest).
- Se puede comprar y alquilar. En Chile negocios han aprovechado, por ejemplo, el arriendo de carteras Louis Vuitton.
- El interés vintage y hipster y el gusto por las marcas lo potencian. A esto se suman decoraciones tipo boutique, ropa etiquetada, perfecto orden, iluminación y cómodos probadores en locales.
- El retail ha creado campañas en las que reciben ropa usada a cambio de descuentos promedio de 20%. Las prendas van a plantas de procesamiento y se reciclan o revenden en otros países. En el mundo H&M, Esprit, Adidas y Puma tienen alianzas en esta materia.

- España se ha abierto a la moda low cost. En 2013 ocho millones de personas compraron ropa de segunda mano. De cada 10 prendas, dos se adquieren en este tipo de tiendas (GBS Finanzas).

