

Análisis proyectan rebajas Cyber: "Los retailers compraron mucho pensando que sería un buen año"

# Llegó la hora de renovar el clóset: las tiendas tienen sobrestock de ropa



DAVID VELÁSQUEZ

## Compra responsable

Joan Dagá, de Scart, aconseja no caer en la ansiedad de comprar enseguida, ya que dados los cientos de marketplaces que participan en el Cyber el mismo producto puede estar en otra parte a menor precio. "También se debe procurar comprar en tiendas seguras; identificar cupones de descuento y beneficios pagando con ciertas tarjetas de crédito; revisar siempre las reviews y calificaciones de los productos de otros usuarios", sugiere. Muchas tiendas añaden descuentos pagando con sus tarjetas comerciales, "pero uno debe ser responsable, dado que las tasas están muy altas", advierte.

En el mall Paseo Santa Filomena por estos días ofrecerán descuentos en ropa de hasta 50%.

BANYELIZ MUÑOZ

Un estudio de la plataforma de descuentos Scart.cl detectó cómo han evolucionado las rebajas de los eventos Cyber de los últimos años. De acuerdo a los datos, la categoría de vestuario masculino concentra la mayor cantidad de descuentos, con un promedio de 53% de rebajas promedio por evento; le siguen vestuario femenino, con 45%; hogar y telefonía (32%); calzado (30%); tecnología (29%) y deportes (27%).

"Hemos visto que en los últimos eventos Cyber la categoría vestuario masculino es la que ha tenido mayores descuentos. En el Cyberday 2021 llegó al 46%; en el Cybermonday 2021, 49%; y en el Cyberday 2022 promedió 53%. Da lo mismo en qué fecha sea: en general la categoría vestuario hombre es la que tiene mejores descuentos", señala Joan Dagá, fundador de Scart.cl (<https://bit.ly/39Vh44w>).

Una de las razones que menciona es el actual sobrestock de productos: "Los retailers tenían metas muy agresivas para el 2022 y compraron mucho pensando que sería un buen año. Algunos sabían que iba a haber menor liquidez en el mercado, pero nunca pensaron que sería tan fuerte

## Una categoría donde de seguro habrá ofertones es el vestuario masculino: "Al hombre le cuesta más comprar ropa", asegura ejecutivo de mall.

esta caída. Por eso ahora están sobrestockeados", explica.

Mario Zacarías, gerente comercial del mall Paseo Santa Filomena, concuerda en que muchas empresas proyectaron sus ventas en base al escenario post retiros de las AFP: "Trajeron grandes volúmenes de ropa y por eso hoy están con mucho stock, aparte de que hay una demanda súper baja por temas país: la gente está sin plata", afirma.

Dagá agrega que muchas marcas en estas fechas salen a liquidar todos los productos de la temporada que pasó, por lo que proyecta buenas oportunidades en ropa de invierno: "En todas las categorías de vestuario habrá descuentos, pero las mayores ofertas estarán en parkas, chaquetas, poleras de manga larga, ropa de trekking y deporte".

Zacarías anticipa que las ofertas para este Cyber estarán enfocadas en vestuario formal, informal y juvenil. "Las empresas no han tenido un año bueno en términos de venta.

Hay mucha ropa de invierno y avances de temporada con descuentos. Es una oportunidad comprar ahora". De hecho, por estos días el mall Paseo Santa Filomena, en Patronato, tendrá hasta 50% de descuento hasta agotar stock. Por ejemplo, poleras a \$9.900 y parkas a \$19.000.

### Conducta de compra

¿Es la conducta de compra masculina distinta a la femenina? Claudio Guzmán, académico de la Escuela de Administración de la Universidad Católica, afirma que "el hombre realiza una compra más racional y la mujer es más impulsiva: tiene más experiencia, mientras el hombre busca más conveniencia. Las mujeres interactúan mucho más con los descuentos".

"Al hombre le cuesta más comprar ropa, cambiar el vestuario, andar más a la moda. La mayoría compra ropa cuando la necesita, salvo un grupo de solteros o millennials con poder adquisitivo. No es tema la ropa: es tema cuando los pantalones

están viejos. Muchos se quedan más pegados a los looks", opina Zacarías.

Dagá coincide en que el hombre "cotiza, ve en varias partes y toma una decisión más ahorrativa y consciente".

### ¿Y usted entonces le da muchas vueltas antes de comprar?

"Depende de qué tan caro sea. Si me voy a comprar algo caro lo pienso mucho más. Pero si es algo más cotidiano y barato, como una polera o algo así, lo pienso menos.

Guzmán cree que en el mundo online estas conductas están cambiando de a poco. "Hay evidencia de que las compras que hacen hombres y mujeres están parejas. El hombre interactúa más en lo online que en lo offline, pero siempre manteniendo el sello de la conveniencia. La mujer vive un vitrineo constante; está siempre buscando y viendo cosas. El hombre siempre tiene un objetivo en mente, que es comprar. Investiga más, pero siempre con ese foco. No vitrineo", teoriza.