

## EMPRESAS



►► Clientes exigentes, conocedores de las tendencias mundiales, han obligado a las cadenas a dinamizar sus propuestas de moda.

## El cambio de estrategia en el negocio del vestuario

Con stocks que se renuevan hasta una vez al mes trabajan las tiendas. **Ya no son temporadas, sino colecciones**, lo que hace más complejo medir la inflación en esta categoría.

Texto: **KARINA FERRANDO C.** Fotografía: **ANDRES PEREZ**

**H**ACE unos cinco años empezó a instalarse en las tiendas por departamento chilenas el concepto de *fast fashion* o moda rápida, un esquema que tiene a la española Zara como principal exponente y que se caracteriza por la renovación constante de la oferta de vestuario. En Chile, el precursor fue Falabella. Le siguió el resto de sus competidores, todos con foco en las prendas femeninas, según el profesor del Centro de Retail de la U. de Chile, Claudio Pizarro.

El modelo dejó en el pasado el tradicional concepto de temporadas definidas por las estaciones del año, para dar paso a lo que las cadenas denominan colecciones y microcolecciones, y que pueden llegar a ser hasta uno por mes. El foco está puesto en la mujer. Hoy vestuario femenino, junto a accesorios y calzado, explica alrededor de 30% de las ventas de las tiendas, según un alto ejecutivo. Y, lo que es más importante, uno de cada cinco tickets incluye una prenda de vestuario femenino.

Pizarro resume en pocas palabras la nueva forma en que las tiendas están manejando su oferta: "Entran y salen códigos todos los meses. Las cadenas tienen entre dos y tres colecciones cada dos meses", afirma.

Los operadores coinciden en que el fenómeno se relaciona con la sofi-

stificación de los consumidores. "Esto ha hecho que todas las tiendas estén tratando de estar al día y traer lo que hay en el mundo con el menor desfase de tiempo a Chile", explica Rodrigo Neira, gerente Mujer de La Polar. En París agregan que las tendencias duran cada vez menos y que aunque en estricto rigor hay cuatro temporadas, "dentro de cada una hay microcolecciones que se van renovando mensualmente".

Tricot, por su parte, trabaja con siete temporadas al año y se preocupa de comprar lotes pequeños para generar un cambio rápido, según su gerente general, Antonio Egidio. "Prácticamente todo el mix se renueva de un mes al siguiente", dice.

La mirada es similar en Corona. "Más que temporadas, como se definían antes, los clientes son cada vez más exigentes y quieren estar a la moda. Por lo tanto, constantemente estamos mostrando distintas colecciones", señala Cristián Fuenzalida, gerente general.

La Polar, por su lado, maneja entre dos y cuatro colecciones por temporada y tiene "cápsulas de moda que refrescan su propuesta", complementa Neira. Esto se traduce en un mercado más dinámico y prevé que "debería haber una tendencia a disminuir los periodos de gran liquidación que se producen a finales de cada temporada". Pizarro coincide. "Los códigos nacen, mueren y no se

reponen. Esto lleva a que las tiendas hagan menos liquidaciones, porque no les quedan stocks", apunta. En París señalan que "continuamente estamos lanzando nuevas colecciones y rebajando el precio de lo que no funciona".

Esta forma de gestionar la oferta supone una dificultad adicional a la hora de medir la inflación. Tras los cuestionamientos a la metodología de cálculo del IPC, el nuevo director del INE, Juan Eduardo Coeymans, dio a conocer el martes último la nueva fórmula que usará el organismo para medir la evolución de los precios de vestuario y calzado. Esta establece que las muestras deben considerar tres características básicas de comparación: composición de la tela, marca y país de origen. Si coinciden, se reportará como el mismo producto y se hará el seguimiento del precio. Además, se definió que la temporada otoño-invierno abarcará entre febrero y junio, y que primavera-verano comprenderá entre agosto y enero.

Esta definición, sin embargo, no pareciera considerar demasiado el modelo usado por las distintas cadenas de retail en el país. "Al parecer, la industria sigue yendo más rápido que el INE. Lo óptimo sería ir acorde con los cambios en las modas y en los tiempos. Y lo mismo vale para la tecnología", opina el subgerente de estudios de BCI, Felipe Alarcon. ●

## EL NUEVO MODELO

**"Entran y salen códigos. Las cadenas tienen entre dos y tres colecciones cada dos meses".**

**Claudio Pizarro**, profesor del Centro de Retail de la U. de Chile.

**"Debería haber una tendencia a disminuir los periodos de gran liquidación a fin de temporada".**

**Rodrigo Neira**, gerente Mujer de La Polar.

**"Prácticamente la totalidad del mix se renueva de un mes al siguiente".**

**Antonio Egidio**, gerente general de Tricot.

### Supervisor de Operaciones y Customer Service

REGIÓN METROPOLITANA • PAQUETE ATRACTIVO  
Importante empresa multinacional líder de Supply Chain.

Reportando a la Gerencia de Operaciones, sus principales responsabilidades serán:

- Controlar y monitorear todas las operaciones de la cadena logística;
- Gestionar indicadores de gestión, mediante utilización de balance scorecard y KPI de la operación;
- Liderar e implementar procedimientos junto a su equipo de trabajo;
- Desarrollar mejoras continuas de procesos y mejoras de métricas;
- Mantener una fuerte orientación a la calidad de servicio al cliente interno y externo.

Buscamos Ingeniero en Comercio Exterior, Ingeniero en Logística o carrera afín. Experiencia 2 a 3 años en COMEX o Logística Internacional. Inglés y Excel intermedio es excluyente. Conocimiento de AS400 deseable, además de buenas relaciones interpersonales y comunicación completan el perfil.

Favor enviar su CV en formato Word a través de [www.pagepersonnel.cl](http://www.pagepersonnel.cl) indicando la referencia PGN6763. Su perfil será analizado por Gonzalo Pando.

**Page Personnel**  
Supply Chain & Procurement

### Jefe de Operaciones

REGIÓN METROPOLITANA • PAQUETE ATRACTIVO  
Importante empresa líder en el mercado.

Reportando al Subgerente de Operaciones, sus principales responsabilidades son:

- Gestionar, supervisar, coordinar y controlar los proyectos del cliente;
- Supervisar el cumplimiento de los compromisos contractuales con los clientes, analizando tendencias y desarrollando análisis de cargas de trabajo del personal a su cargo;
- Controlar el cumplimiento de los procedimientos operativos y de seguridad de las Tiendas velando por el cumplimiento del manual de operaciones;
- Supervisar que las actividades a su cargo se realicen bajo normas ISO y OHSAS;
- Mejorar e impulsar los sistemas de trabajo y requerimientos de mantenimientos y procedimiento.

Buscamos Ingeniero Comercial, Civil Industrial, Administrador de empresas o afín. Manejo Avanzado de Excel. Capacidades de Liderazgo, tolerancia a la presión y capacidad organizativa son valoradas.

Favor enviar su CV en formato Word a través de [www.pagepersonnel.cl](http://www.pagepersonnel.cl) indicando la referencia PGN6801. Su perfil será analizado por Gonzalo Pando.

**Page Personnel**  
Engineering & Manufacturing