

EMPRESAS

TIENDAS DESDRAMATIZAN, DICEN QUE ES PARTE DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

Retailers se vuelcan a liquidar stock de temporada tras planas ventas navideñas

POR NIDIA MILLAHUEIQUE M.

Ofertas de hasta 70% de descuento es lo que están ofreciendo los principales retailers del país, una tradición que se toma las vitrinas todas las primeras semanas de enero pero que ahora se vio intensificada por las magras ventas de Navidad, muy por debajo de las expectativas.

Lo anterior refrendado por datos preliminares de la Cámara de Comercio de Santiago, que señalan que los segmentos de bienes durables, incluyendo electrónica y video, computación y equipamiento de hogar, "habrían experimentado una desaceleración superior a la proyectada", mientras que vestuario y calzado, en cambio, "habría alcanzado un mejor desempeño, producto, en parte, de una mayor preferencia por artículos de menor valor unitario por parte de los consumidores".

Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret), Ingeniería Industrial, de la Universidad de Chile, señala que esta vez "las liquidaciones responden a que las tiendas por departamento quedaron con stock de Navidad. Éstas operan con un concepto continuo de reaprovisionamiento, es decir, llega mercadería a la tienda y hay que vender para que me quede espacio para lo que viene a continuación".

Añade que cuando un local no es capaz de vender la mercadería, surge la necesidad de "acelerar la venta y para ello debo comenzar con los descuentos, y lo anterior se hace más evidente cuando quedó mucha mercadería".

Según la Cámara de Comercio de Santiago los bienes durables experimentaron una desaceleración mayor a la esperada.

coleccionistas cortas, es decir, si antes habían colecciones primavera verano, que eran dos o tres en el año ahora son por lo menos seis".

Asimismo, añade que a finales de enero las tiendas por departamento tienen que liberar espacio en sus bodegas "porque la carga escolar es lo más fuerte que viene ahora".

Caso a caso

Desde el retail desdramatizan los efectos. En París comentaron que "la gran mayoría de los productos están con ofertas de hasta un 50%

de descuento, y las marcas propias como Greenfield, Rainforest, Alaniz y Opposite están 2x1".

En tanto, Alfonso Lobato, gerente comercial de Ripley Chile, indica que "la liquidación actual es parte del ciclo de vida de los productos, que siempre considera un período de venta con descuentos". Agrega que el foco no sólo está en vestuario (2x1 en vestuario mujer, hombre, niños y también deporte), sino también en sandalias (40% de descuento en mujer, hombre y niños) y mueblería y terraza (60% de descuento).

Mientras desde Falabella Retail, señalaron que "como en años anteriores, la tienda inicia en esta época diversas ofertas que responden al cambio de temporada", y adelantaron que desde la segunda quincena de enero "aumentarán los descuentos. En calzado, en tanto, las liquidaciones llegan a un 40% con CMR y 30% con todo medio de pago".



2x1

es la fórmula que más se repite en el retail para las liquidaciones.

SE DESEMPEÑABA COMO GERENTE DE ECOMMERCE

Francisco Irrázaval asume gerencia general de Ripley

POR JOSÉ TRONCOSO O.

Un cambio clave en la plana mayor de Ripley se concretó la semana pasada: el gerente general del área retail, Rubén Sepúlveda, presentó su renuncia al cargo para asumir "nuevos desafíos personales". De manera extraoficial, se supo que el ejecutivo -que antes trabajó en Telefónica, Antofagasta Minerals y Bank of America- se dedicará a la asesoría de empresas. En su reemplazo se designó a Francisco Irrázaval, quien se desempeñaba como gerente corporativo de eCommerce. El ejecutivo le reportará directamente al gerente general de Ripley Chile, Andrés Roccatagliata. Ingeniero Civil de la PUC con



un master de Harvard, Irrázaval fue miembro fundador de Un Techo para Chile. En 2006 llegó a Ripley como gerente de operaciones. Participó en el gobierno de Sebastián Piñera (fue subsecretario de Vivienda y Urbanismo), para luego volver a la multitienda liderada por la familia Calderón. En marzo de 2014 asumió como gerente Corporativo eCommerce. Esta área es una de las de mayor crecimiento de la empresa. Es catalogada como "la tienda" que más vende de Ripley. La multitienda está apostando a las ventas a través de comercio electrónico y un ejemplo de ello

Francisco Irrázaval, es ingeniero civil de la PUC.

es que en 2020 esperan que "de los ingresos totales de la compañía, las ventas a través del canal online signifiquen el 20%", dijo el propio Francisco Irrázaval a Diario Financiero en abril de 2016. En aquella ocasión, el ejecutivo reconoció que "hace dos años venimos creciendo a 40% anual, esos son 10 puntos más que la industria (sólo ventas en Internet)". El nombramiento de Irrázaval busca también aprovechar el conocimiento que el ejecutivo tiene en importantes categorías, como electrónica, electrodomésticos y decoración. Estas áreas son las más importantes para el área internet de la empresa de retail.