

Aumenta consumo de productos de segundo uso en el país

La comercialización de artículos de segundo uso ya lleva muchos en el mercado; y durante la pandemia aumentó debido, entre otras cosas, a la crisis económica que viene atravesando el mundo, y en particular nuestro país.

Al respecto, el profesor de la carrera de Administración y Marketing de ESAN, Daniel Valera, indica, según un estudio de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de esta universidad, sobre el comportamiento de compra de segundo uso; que a inicios del 2020 fueron 33 millones de consumidores los que compraron ropa de segunda mano por primera vez a nivel mundial, y de ellos, el 76% consideraba aumentar su gasto en este tipo de prendas en los próximos cinco años.

Asimismo, Valera sostiene que, según el informe de ThredUp (2021), en los últimos 10 años se han recirculado alrededor de 6,65 billones de artículos de vestir a través del mercado de segunda mano. Esto se traduce en US\$ 390.000 millones que los consumidores pudieron ahorrar comprando ropa usada.

De otro lado, según una encuesta realizada en el 2020 por Bside Perú a 2.000 peruanos, el 85% estaba dispuesto a vender sus cosas, y el 55% estaba dispuesto a comprar algo de segundo uso. En cuanto a las compras de segunda mano, fueron tres las categorías preferidas por los usuarios: accesorios, ropa de invierno, y libros.

“Y si nos enfocamos en el tema de comercio electrónico, que ahora es una de los principales segmentos de venta, la comercialización de productos de segundo uso creció 200% en el 2022”, precisa Daniel Valera. ¿Por qué la gente compra un artículo de segundo uso? Para el especialista, es porque las personas están tomando conciencia en cuanto a proteger el medio ambiente, y en darle una segunda vida a los artículos que poseen en vez de deshacerse de ellos.

“Otro aspecto interesante es que, dado que el confinamiento nos obligó lamentablemente a estar encerrados, se empezó a potenciar mucho este canal a través de lo digital, lo que hizo que surjan más personas creando emprendimientos y buscando nuevos espacios para poder generar esa compra-venta de productos”, explica.

Además, menciona que la inflación está permitiendo que las personas evalúen mejor la prioridad de gastos y adquirir artículos de segundo uso en buen estado y a un menor precio. “Lo otro, por ejemplo, interesante y que hace atractivo este mercado, es que cuando uno compra objetos de colección los mismos vendedores nos indican cómo cuidarlos, tratarlos y eso hace que la persona no solo se lleve el producto, sino se enfoque mucho en el valor que representa para él”, subraya.

“Y es así que la tasa de crecimiento del mercado de comercialización de artículos de segundo uso en los últimos tres años ha oscilado entre un 15% y 16%”, puntualiza.

Venta de vehículos usados se incrementa en 30%

Otro de los segmentos dinámicos en este mercado de artículos de segundo uso es la comercialización de autos usados o seminuevos. Al respecto el gerente de Estudios Económicos y Estadística de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), Alberto Morisaki, señala que este mercado se mantiene dinámico, teniendo en cuenta que de enero a octubre se han vendido más de 500.000 vehículos seminuevos y esta es una cifra mayor en cerca del 30% respecto a similar periodo del 2021; y si se compara con el 2019 (prepandemia), se registra un crecimiento de alrededor del 30%. Morisaki precisa que por cada vehículo nuevo que se comercializa, se venden alrededor de tres a cuatro vehículos usados.

“El crecimiento de los últimos años de este mercado en general viene por el tema de la oferta, ya que hay más plataformas que te facilitan la compra y venta de un vehículo de segunda y las personas puede vender sus vehículos con facilidad, pues la tasación y el pago es inmediato. También hay que considerar que hay más concesionarias que están dándole mayor importancia a este rubro”, explica.

Diferencia de precios

¿Cuál es la diferencia de precios entre un auto de segunda, y uno nuevo? Para Alberto Morisaki de la AAP esto depende de

muchos factores, como la marca, el modelo, el precio de reventa que tiene el vehículo, los años de antigüedad, y las condiciones.

“Apenas sale del taller un vehículo nuevo la depreciación que tiene por cada año que pasa es de 10%. Con dos años de antigüedad un vehículo puede costar entre 30% a 40% menos de su precio original”, subraya. Además, precisa que la venta en este mercado se da básicamente hasta los cuatro a cinco años de antigüedad.

Respecto al comportamiento del mercado de segundo uso en vehículos en el 2023, Morisaki, menciona que este puede ir atenuándose debido a la coyuntura económica en la que vivimos ya que se va tener un 2023 complicado. “El crecimiento de la economía va estar alrededor del 2,5%, un consumo privado que viene desacelerándose y que lo seguirá haciendo el próximo año y adicionalmente una inversión privada que va ser negativa no ayudará a consolidar el crecimiento de este segmento”, explica.

Trapos y Detalles

Otro segmento del negocio del comercio de productos de segundo uso, son los emprendimientos de venta y alquiler de disfraces, que en los últimos años se ha incrementado. Trapos y Detalles, es una empresa que tiene en el mercado cerca de 20 años dedicada a este rubro.

Los esposos Zoraida Montenegro, y Enrique Odar, fundadores y propietarios de Trapos y Detalles, recuerdan que iniciaron su

emprendimiento en una tienda alquilada en 2022 en la avenida José Gálvez en Magdalena, centrándose en el rubro de alquiler de disfraces de segundo uso.

“Luego pasamos a un local propio, hemos tenido un crecimiento y un posicionamiento bastante bueno centrándonos en el rubro de educación inicial que requiere especialización y cuidado máximo con el tratamiento y mantenimiento de los disfraces”, explican.

Recuerdan que el tema de la pandemia los transformó, porque al ver que podían perder a sus clientes por el COVID-19, empezaron a vender el stock grande que tenían acumulado durante muchos años, con todo el rigor estricto en el lavado. Indican que a raíz de ello, ahora el 90% de su negocio está dedicado a la venta.

¿Y por qué hoy se ha normalizado la adquisición de productos de segundo uso? Para los esposos Montenegro Odar el principal motivo, además del económico, es que hoy las personas ya no ven “mal” adquirir un producto de segundo uso. Además, mencionan que la palabra reciclaje ha ido calando de forma positiva en la gente por el cuidado del medio ambiente y darles una segunda oportunidad a los productos en buen estado.

“Esta tan normalizado el adquirir productos de segundo uso que hay mamitas sobre todo de los de recién nacidos que venden a la mitad de precio sus productos y, por otro lado, ya no se ve mal el hecho de adquirir estos productos. Nos está cambiando el chip en ese sentido”, subrayan.