

Turistas cruzan la cordillera en busca de productos deportivos o electrónicos que están 50% más bajos

La zapatilla que más compran los argentinos en Chile

Periodista trasandina cree que factor Messi, quien participó en una campaña publicitaria, incentivó su uso.

BANYELIZ MUÑOZ

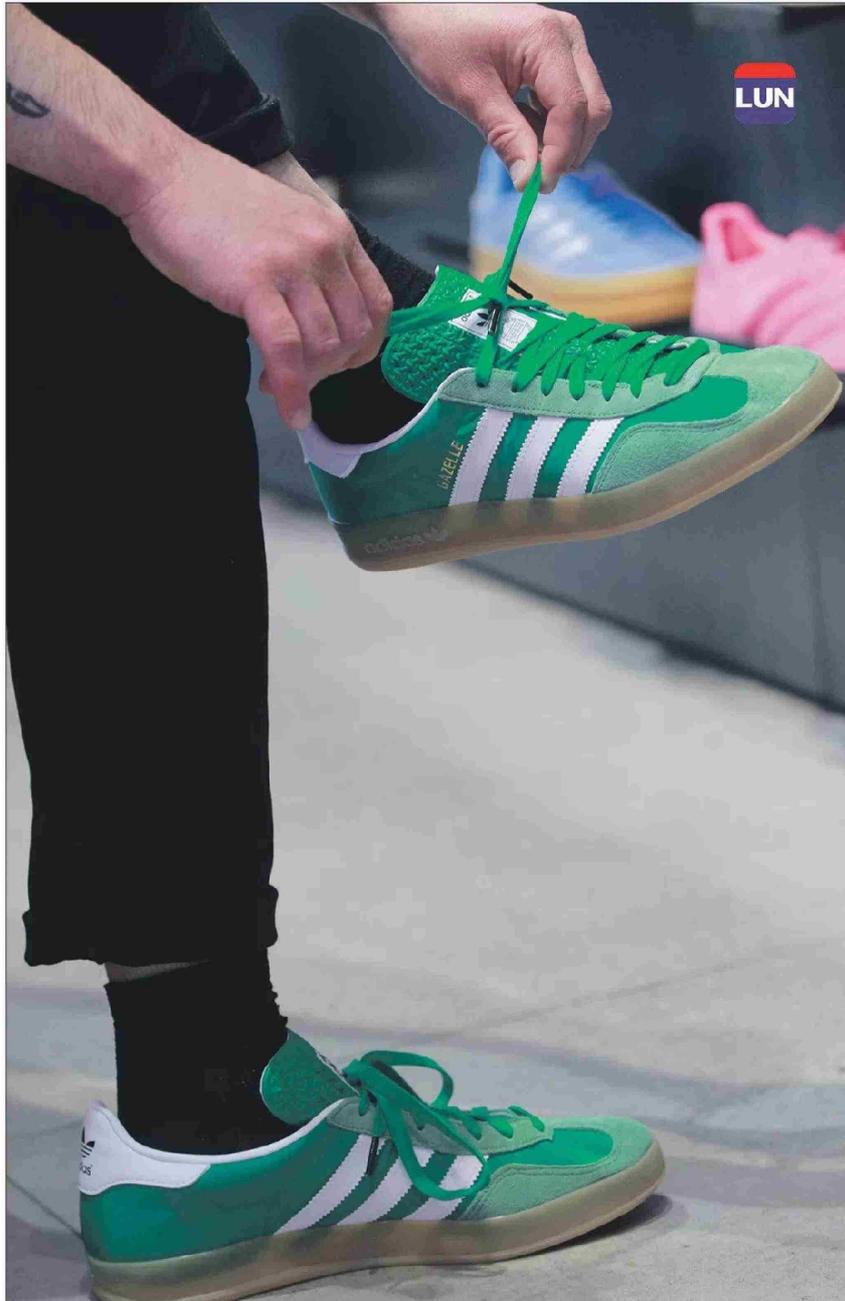
El dólar en Chile roza los \$1.000 y en Argentina el informal (blue) se sitúa en \$1.135 argentinos, mientras que el oficial en ese país se consigue por \$1.018. No son tantas las diferencias. Sin embargo, hay una distancia sideral en lo que respecta a precios de productos, sobre todo si se trata de ropa, calzado y tecnología.

Los múltiples Tratados de Libre Comercio (TLC) que tiene Chile con varios países del mundo hacen que muchos productos lleguen con bajos impuestos y, por ende, con precios más bajos. No así a Argentina, que carece de este tipo de acuerdos comerciales al ser históricamente una economía más proteccionista, es decir que establece impuestos a las mercancías, cuando ingresan al país.

Es por esta razón que los trasandinos eligen los malls chilenos para venir a comprar, ya que se encuentran con precios exorbitantemente más bajos. Las preferencias de los argentinos están por la ropa deportiva y especialmente las zapatillas, que en muchos casos alcanzan un 50% menos, llegando incluso al 70% o más.

Un análisis de Viña Outlet Park, con información aportada por las empresas instaladas en este complejo, también por los mismos turistas y por medios de comunicación trasandinos, detectó que uno de los modelos más comprados por los argentinos es la zapatilla Adidas Gazelle, que en ese país se consigue en \$189.999 pesos argentinos (\$164.387 chilenos), mientras que en la tienda Adidas de Viña Outlet Park se encuentra por \$55.990.

Otro modelo bastante vendido es Superstar: en Chile está a \$39.990 y en Argentina, a



Las Adidas Gazelle ganaron popularidad y se convirtieron en un ícono del estilo urbano.

¿Qué otros productos se llevan?

"Ropa deportiva, zapatillas y algunas cosas del hogar. Aunque no muy grandes (por un tema de espacio) como cafeteras, planchas y batidoras. Pero lo que más se repite sin duda son las zapatillas. Muchos vienen directo a comprar, porque ya saben que están a precios muy convenientes. Se organizan viajes especiales solo para comprar un determinado modelo y marca".

Moda vintage

Jaime Ybarnegaray, brand comms manager original de Adidas, corrobora que las Adidas Samba y Gazelle están causando furor en Argentina. "Las Samba son sinónimo de moda y tendencia. Mientras que las Gazelle cuentan con un diseño y una variedad de colores que permite desafiar la creatividad en los outfits".

¿Qué las hacen tan apetecidas?

"Han consolidado su posición como íconos de la moda gracias a una combinación de factores que las hacen sumamente atractivas para un público amplio y diverso. Se trata de diseños sencillos e innovadores, que conectan con la estética urbana y la moda vintage. Es una invitación a la expresión personal".

¿En Chile las demandan?

"Esta moda ya llegó con fuerza a nuestro país. Estamos viendo un resurgimiento de la moda retro y urbana en todo el mundo, y Chile no es la excepción. Las marcas de moda están cada vez más influenciadas por lo que pasa en otros países. Las nuevas generaciones están buscando conectarse con estilos clásicos y muy versátiles".

Felicitas Oyhenart, periodista trasandina de Canal 7 de Mendoza, quien visitó nuestro país hace pocos días, cuenta que el precio es mucho más bajo que en Argentina y por eso son atractivas. "Muchos argentinos las adquieren simplemente por moda: fueron un ícono en los 60. Las usan muchos influencers, celebridades. Inclusive Messi fue parte de la campaña de lanzamiento de las nuevas Gazelle".

ELISA VERDEJO

\$164.387 chilenos. También se llevan bastante las Adidas Racer, que en Argentina se venden por \$114.999 (\$99.497 chilenos) y en Viña Outlet Park a \$29.990.

Claudio Zepeda, gerente de Viña Outlet Park, cuenta que hace tres meses iniciaron una campaña

como centro comercial que se llama Turista Feliz, donde han detectado cuáles son los productos que más se llevan los trasandinos. "La campaña está enfocada en publicitar aquellos productos que más se llevan, sobre todo para nos visiten los fines de semana largo y ahora en temporada alta".

Afluencia masiva

Los últimos datos de la Subsecretaría de Turismo dan cuenta que hasta septiembre de este año habían arribado 1.379.830 turistas argentinos, un 54,8% más que en 2023 y un 20,2% más que las cifras prepandemia del 2019.