

El boom de los fardos de ropa importada también llegó a San Rafael

29/01/2026



El fenómeno de los fardos de ropa importada –que se comercializan por bulto cerrado, por kilo o por prenda– empezó a ganar presencia también en San Rafael, impulsado por publicaciones en redes sociales y ventas dirigidas tanto a

consumidores finales como a revendedores que buscan precios por debajo del circuito tradicional.

En Mendoza, el formato viene creciendo con fuerza: la venta “por kilo” y los fardos cerrados se volvieron una alternativa cada vez más visible en distintos puntos de la provincia, con mercadería que llega en lotes y se ofrece en modalidades similares a las ferias americanas.



VENTA POR FARDO, POR KILO Y POR PIEZA

En San Rafael, el mecanismo se replica: grandes fardos que algunos vendedores comercializan tal cual llegan y otros abren para vender por pieza. En publicaciones relevadas en redes, se ofrecen combos orientados a feriantes y revendedores, con mensajes del estilo: “20 prendas por \$39.999” o descripciones que prometen variedad de categorías (deportiva, urbana, talles grandes, etc.).

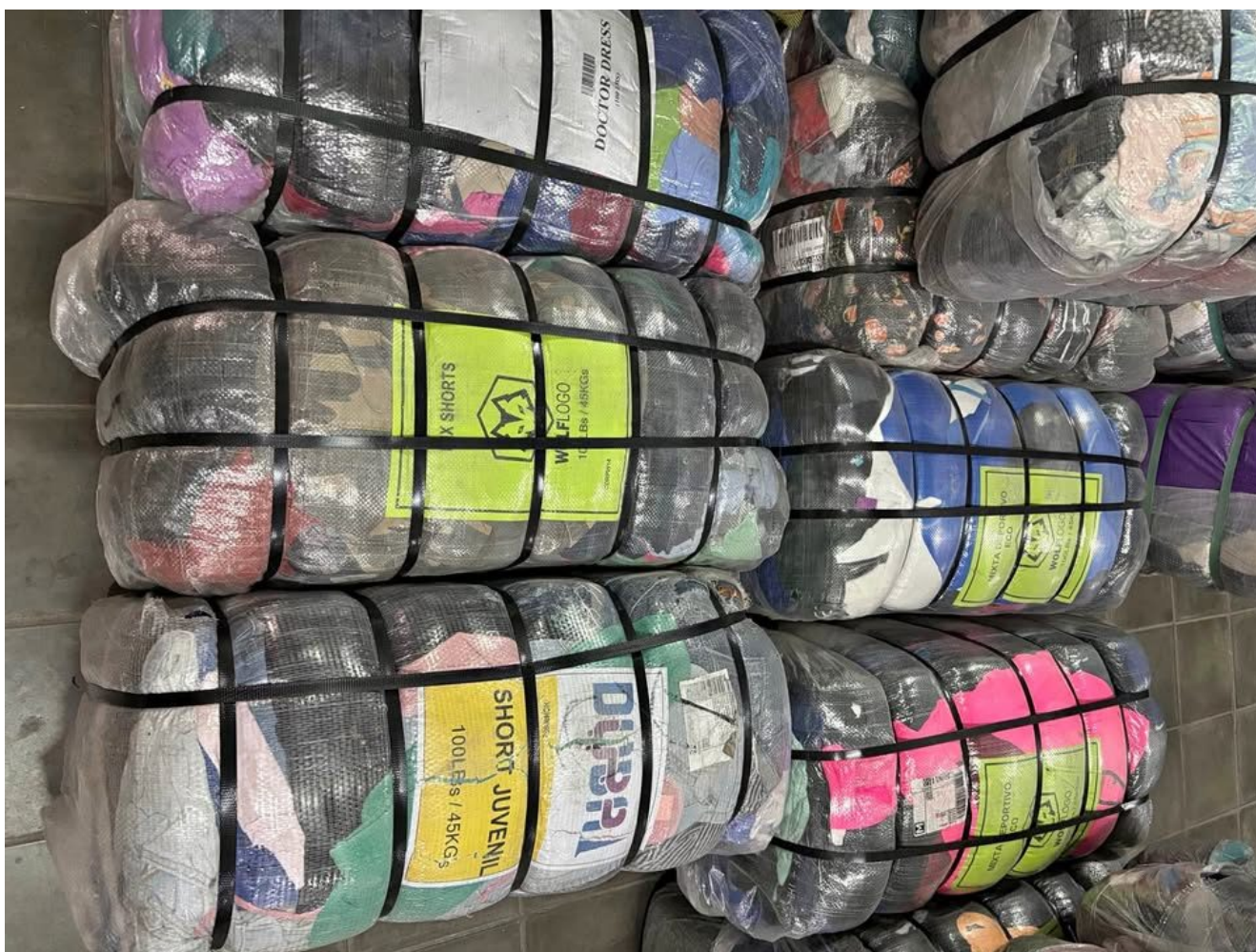
También aparece la oferta de bolsos cerrados con prendas específicas –por ejemplo, indumentaria de enfermería o

“scrubs”– detallando peso aproximado (40 kg) y el foco en reventa.

QUÉ HAY DETRÁS DEL FUROR

El auge se explica, en parte, por el desfase de precios con la indumentaria del comercio formal y la posibilidad de generar margen revendiendo por unidad. En notas recientes se describe que la mercadería suele llegar en fardos de 30 a 40 kilos, y que el “por kilo” permite armar compras sin llevar grandes volúmenes.

A la par, el fenómeno abre debate: algunos lo describen como una reventa de descarte –la idea de la “basura del primer mundo”– y se discuten impactos ambientales y en la industria local, un eje que viene apareciendo en coberturas nacionales sobre el crecimiento de la ropa usada/importada.



UN MERCADO QUE SE MUEVE EN REDES

El crecimiento de este canal tiene una característica: se promociona casi todo por redes sociales, con publicaciones que apuntan directo a feriantes y revendedores, y promesas de “calidad premium”, prendas de marca o lotes temáticos.