TIEMPO DE DESCUENTOS

Habitualmente, suelo recorrer a pie el camino entre la parada de metro y mi negocio. Y, también habitualmente, me suelo fijar en los comercios que voy encontrando a mi paso. Llamadlo defecto profesional, u ojo clínico, o como queráis, pero el caso es que me llama la atención cómo las compañeras y compañeros de profesión adornan lo que es una de nuestras mejores cartas de presentación: los escaparates. Esos pequeños espacios en los que cada comerciante "echa el resto", en los que expone la esencia de su tienda, en los que no sólo invita a entrar a la clientela, sino que también hace su paseo más agradable, su ciudad más luminosa y segura, y sus calles más vistosas y cuidadas.

Ese pequeño espacio en el que, con horror, he descubierto sin querer un dardo envenenado para nuestro sector. En el centro del cristal del escaparate veo la frase lapidaria "Descuentos por apertura de temporada". ¿Descuentos por apertura de temporada? ¿Sin haber empezado la temporada? ¿Cómo es posible que ya haya comercios rebajando los precios de prendas que aún huelen a fábrica? No entiendo nada.

Mi asombro convive con mi rabia. No puedo evitar pensar que estamos cavando nuestra propia tumba. Por si no fuese poco saber que durante el año 2019 las rebajas de temporada, las de toda la vida, han sido las peores que se recuerdan debido en gran parte a **mid season sales, Black Fridays, Cyber Mondays** y demás excusas para abaratar los precios, ahora llega la rebaja antes de la rebaja, antes de la propia temporada: descuentos de pre-temporada, ¿o mejor **preseason sales**? En inglés parece que vende más.

Comerciantes, ¿no os dais cuenta de que la pelea de precios no favorece a nadie? Ni al comercio pequeño al que se le ha ocurrido tachar el precio de una etiqueta recién impresa para rascar alguna venta más sacrificando su margen, ni a los comercios de alrededor que ven de pronto como su producto comienza a verse como caro por no hacer estas "preseason sales", ni a las personas consumidoras que pueden obtener a precios tirados las prendas que realmente valen lo que su primer precio indica, creándoles tal confusión que al final acaben acudiendo en masa a tiendas en las que la calidad acompaña al ínfimo precio que van a pagar (por no hablar de la explotación e insostenibilidad que hay detrás de esas **fast fashion**).

Desde estas líneas quiero haceros reflexionar sobre el sector que estamos creando, a diario, con nuestras acciones. Los comercios, empezando por los más grandes que son la vanguardia en la batalla de precios, hasta los más pequeños, que por no quedarse fuera de la contienda quieren saltar desde la retaguardia pasando por encima de quien sea, incluso de sí mismos. Os pediría, por favor, que le deis el valor que tiene al producto que vendéis, ya que si ni siquiera quien vende el producto le da valor, difícilmente lo hará la clientela que sólo se fija en el precio. De seguir así, vamos a pasar del "**preseason sales**" en las que se rebaja lo que aún no está en tienda, al "**preclosed shops**" en las que se cierran los comercios antes de abrirse.

Si de descuentos va esta guerra, descontadme: conmigo no contéis.

bizkaia textilymoda ehungintzaetamoda

Camiseria Javier Jauregui