

MODA

Qué duda cabe que «la Moda está de moda». Sin embargo parece ser que las ventas distan mucho de ser lo que deberían. En un afán de informarnos sobre la cuestión, nos ponemos en contacto con el establecimiento de «Moda JOANA», que en su calidad de boutique y fabricantes nos podrán reportar una información bastante generalizada del asunto.

Recordamos a nuestros lectores que JOANA es una importante firma de Moda, nacida en Mollet del Vallès, que ha conseguido una fuerte implantación a nivel nacional, lo cual demuestra continuamente cómo su presencia en la mayoría de los grandes certámenes de Moda, que se realizan en el Estado.

El secreto de Joana

EXCLUSIVIDAD ★ PRODUCTO INTERESANTE ★ CALIDAD - PRECIO

—Para empezar de una forma directa, ¿es la situación tan difícil como se comenta o se está exagerando?

—No, realmente se sufre una crisis muy seria, yo me atrevería a decir y espero que no se me tache de catastrofista que en el momento es tremendamente delicado. A nivel detallista (tiendas), ha habido un retroceso general e importante de ventas debido en su mayoría a las condiciones climatológicas de la temporada otoño-invierno pasado, totalmente adversas. Podríamos resumir que este último año el sector se ha movido de una forma muy irregular, lo cual no es precisamente una suerte.

—Un tema importante y a tener en cuenta es la gran competencia del sector, ¿cómo se plantea una marca el asalto del mercado ante tanta oferta, para conseguir sobresalir y vender, que al fin, es el objetivo base?

—Realmente la respuesta que JOANA da a esta pregunta, al igual que daría cualquier marca o fabricante con aspiraciones de no ser devorado por esa gran oferta que usted nombra es sencilla y muy compleja al mismo tiempo.

»La piedra angular donde debe recaer todo el peso de la actividad comercial en nuestro duro entorno es la competitividad. El desglose de la

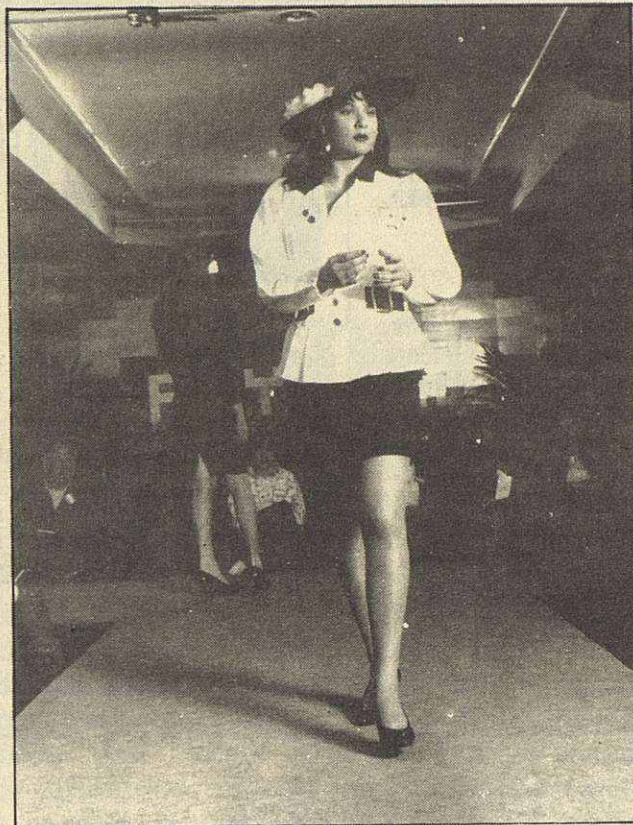
competitividad, personalmente, como responsable del establecimiento que represento a lo que nuestra marca ofrece, está basada en una serie de puntos fundamentales:

»El tema de la **exclusividad**. De vital importancia. No nos podemos permitir poner a la venta una prenda cuyo tejido se pueda encontrar en cualquier tienda donde lo vendan a metros, para acabar encontrándose en el mercado un sinfín de prendas que en nada tengan que ver con JOANA y sean iguales. Esto sin lugar a dudas hundiría el índice de ventas.

»El segundo tema para que un **producto realmente interesante**, depende de la capacidad de ofrecer algo diferente que los demás, con gusto y creativo, esto nos lleva sin remedio a hablar del punto culminante de la moda, es decir, el diseño.

»La marca JOANA, ha asumido el hecho que al fuerte mercado europeo que nos invade a pasos agigantados no se le puede frenar intentando superarlo en medios técnicos de producción, nuestra gran jugada está basada en el diseño y la creatividad.

»El tercer tema y no por ello menos importante, es la **relación calidad-precio**. Si a todo lo expuesto anteriormente sobre el diseño, la exclusividad, añadimos la selección de tejidos y



JOANA se pasea por las principales pasarelas españolas

- * El sector está en crisis
- * La especialización es una buena solución
- * Al carecer de intermediarios nosotros tenemos precios de hasta el 40% más barato



JOANA es el principal representante de Moda-Mollet

tenemos presente que nuestra boutique como ya hemos mencionado está dirigida directamente desde fábrica, cualquiera que analice el sistema de distribución comercial llegará pronto a la conclusión, que esa falta de intermediarios trae consigo un abaratamiento de la prenda. No creo exagerar si hablásemos de un treinta o cuarenta por ciento por debajo de lo que sería su precio normal en otro establecimiento. Realmente lo considero interesante.

—Ya que estamos con la competencia, un tema actual, ¿cómo considera que deben plantearse los comercios de su sector el «peligro» de los grandes establecimientos?

—La solución ante estas grandes superficies de ventas, es usar las únicas armas que ellos no podrán nunca ofrecer, es decir, la especialización, se trata de que las tiendas vendan una o pocas marcas, pero dentro de un estilo concreto y todo ello refrendado por un trato

humano, cordial y profesional. Esto no lo pueden hacer los grandes monstruos comerciales.

—Como última pregunta, ¿qué importancia da JOANA a la Moda? ¿Es sólo comercio o hay algo más?

—La pregunta tiene dos vertientes. No cabe duda alguna que la Moda comercialmente tiene como objetivo ser vendida y obtener unos beneficios económicos, eso está claro.

»Ahora bien, personalmente dudo mucho que ningún profesional del ramo ostente únicamente esta realista y pobre opinión sobre el difícil mundo del vestir. No olvidemos que la moda refleja nuestro nivel de desarrollo, sin lugar a dudas ofrece un claro baremo de nuestra calidad de vida y un hecho no menos reseñable, es un factor de comunicación importante. Visto así, no parece justo catalogarla simplemente como comercio. No hay duda que para JOANA es mucho más.

JOANA
FREE WEAR
SPAIN
JM-JC
NUESTROS PRECIOS SON UNICOS, PORQUE SOMOS FABRICANTES
Avda. Gaudí, 26 - Tel. 593 92 81
08100 MOLLET DEL VALLES (Barcelona)