

Para más inri

Toni Prat*

Dentro de la estructura mercantil actual, hasta hace poco, se contemplaban dos grandes equipamientos. Por un lado estaba el fabricante o importador y por el otro el mayorista que junto con el minorista ofrecían la distribución pertinente de los productos para facilitarlos al consumidor final. Después han surgido las “grandes superficies” y los supermercados, los cuales han sustituido a los mayoristas comprando ellos directamente a fábrica y vendiendo ellos mismos al público en sus tiendas.

Actualmente la convivencia de todos estos tipos de negocio pasa por repartirse el mercado. Pues bien... “Por si fuéramos pocos, parió la abuela”... Eso dice el refranero popular aplicado a los casos de concentración excesiva de personas en los que cuando ya parece que no cabe nadie más, alguien viene con “un inesperado eslabón a engrosar la cadena”.

Un nuevo intermediario está logrando abrirse paso, ofreciéndose como comprador para ahorrar esta tarea a toda una cantidad de gente que cotidianamente sale de casa teniendo que recorrer los largos pasillos de establecimientos comerciales para abastecerse. Actualmente han nacido empresas que ofrecen el servicio de recoger los pedidos de estos ciudadanos para agruparlos y generar encargos por lotes de productos de una misma marca o tipo de producto, los cuales retiran, pack por pack, en el establecimiento que resulte más barato.

Cuando se da el caso que el producto seleccionado por el cliente es de una marca en concreto no genera ningún tipo de alternativa de cambio posible. Pero en el caso de la ropa de hogar, como la gente no suele conocer marcas, es cuando se impone a elección de este tipo de gestores y, por descontado, suelen escoger por precio.

Tampoco cabe decir que después de esta labor todos los artículos recogidos tienen que volverse a distribuir por las encomiendas iniciales y entregarlos con un servicio “puerta a puerta” a cada cliente.

Para más inri, algunas de estas empresas ofrecen el pago aplazado por mediación bancaria.



Concepto: Toni Prat.
Realización: Pepe Serrano.

La idea de crear esta gestión, en principio, no creo que sea inoportuna. Lo que NO resulta tan evidente es poder realizarla sin incrementar los precios ya que la ventaja que ofrece su publicidad es el NO aumento de los precios de la cesta de la compra.

El enigma puede estar en el cómo. Todo este trabajo debe de sufragarse con el margen generado entre el precio de mercado del producto (que es el del supermercado) y el precio con el descuento que obviamente el distribuidor pueda ofrecer a estas compañías por pedidos de concepto: “compra al por mayor” o de “mayorista”, ya que es muy diferente para la tienda, atender a cientos de clientes o una sola demanda.

Parece, pues, una entequeia que seguramente no nos sorprenderá si hacemos números... La progresión infinita, matemáticamente no existe. Aquello de que “donde comen tres, comen cuatro” no es eternamente extensible... Y por otra parte, la pregunta que se me plantea viendo la evolución del sistema mercantil es la de si nos estamos reinventando... o solamente “mareamos la perdiz”.

***Asesor textil.**

antonipratorials@josoc.cat

Si desea comentar el poema visual puede dirigirse a poemesvisuals.com

To make matters worse

Toni Prat*

Within the current trade structure, up until recently there were two large players. On the one hand, there was the manufacturer or importer and on the other hand, the wholesaler who, along with the retailer, offered the relevant distribution of the products to provide them to the end consumer. After that we have seen how the big department stores and supermarkets have emerged, replacing the wholesalers by buying straight from the factories and selling the products directly to the customers in their stores.

At present, the coexistence of all these types of business inevitably leads to them having to share the market among themselves. So... "When it rains, it pours"... This is what popular sayings come back with when applied to cases of excessive concentration of people in which when it seems there is no room for anyone else, someone else comes along with "an unexpected link to join the chain".

A new intermediary is managing to gain a foothold, offering himself as a buyer to save many people the daily task of leaving their homes and having to walk up and down the long aisles of different stores to stock up on everything they need. There are now a series of new companies offering their services for collecting the orders made by these citizens, grouping them and generating batch orders of products of the same brand or type of product, which are purchased, pack by pack, in the establishment that offers the best price.

When it occurs that the product selected by the customer is of a specific brand, this leaves no possible alternative for change. But in the case of household linen, given that people don't normally know the different brands, this is when this type of buyers can make their own choices and, of course, this choice is normally based on price.

It should be said that after this task, all the collected items must once again be distributed according to the initial orders and be delivered to each customer providing a "door to door" service.

To make matters worse, some of these companies offer deferred payment by bank mediation.

On principle, the idea of creating this procedure is not necessarily inappropriate. What is NOT so obvious is being able to complete the task without increasing the prices, given that the advantage seen in their adverts is that the prices of the shopping basket items do NOT increase.

The enigma may be in the "how". All this work must be paid for from the margin generated between the market price of the product (which is the supermarket price) and the discounted price which the distributor can obviously offer to these companies for concept orders such as "wholesale purchase" or "as wholesalers", given that the supermarket looks differently towards serving hundreds of customers or a single order.

It would therefore seem like a fantasy which probably won't surprise us if we do the numbers... In mathematical terms, the infinite progression does not exist. The saying "There's always room for one more" is not extensible forever... And, on the other hand, the question that comes to mind looking at the developments of the trade system is whether we are reinventing... or simply "beating about the bush".

***Textile consultant.**
antonipratoriol@josoc.cat

If you have any comment about the visual poem please send it to poemesvisuals.com



Concept: Toni Prat.
Performed by Pepe Serrano.