

# BRA FITTER

## Los secretos del brafitting

### LOS SECRETOS del brafitting

Independientemente de la fuente o estudio, en España un altísimo porcentaje de mujeres desconoce qué talla de sujetador utiliza, un error común que puede tener consecuencias para la salud, física y emocional. Por eso, a través de Isabel López, una experta bra fitter, vamos a conocer los secretos y claves de esta técnica clave a la hora de comprar el sujetador ideal.

## BRA FITTER

#### ¿Qué es el brafitting?

En términos generales, el conjunto de acciones encaminadas a encontrar la talla y copa de sujetador a la medida, además del patrón que mejor se adapta a una mujer concreta.

#### ¿Desde cuándo ofrece este servicio?

Como tal desde 2009 si bien, siempre he asesorado en probador aunque no de forma tan especializada. Por aquel entonces formaba parte de una franquicia que sólo fabricaba copas B y hasta la talla 100, y recuerdo que muchísimas veces me sentía frustrada ya que no podía ayudar a encontrar a la clienta lo que buscaba. Entonces, una firma inglesa me ofreció realizar un evento con una asesora de su firma. Para mi fue determinante, pensé, “¡ya está, cómo

no he conocido esto antes! Lo tuve tan claro que durante muchos años fui a contracorriente, parecía que hablaba en marciano. Las clientas, me miraban de forma desconfiada, pensaban que me estaba inventando algo que quería cobrar. No cedí en mi empeño y aquí sigo, con firmas corseteras especialistas que fabrican por y para la mujer de hoy. Poco a poco fui ampliando tallas, copas, patrones, ... hasta tener desde la talla 75 a la 120 y copas hasta la J.

#### ¿Cómo se ha formado en esta materia?

En un principio, a través de cursos y seminarios con fabricantes y después he seguido formándome en materias relacionadas con la mama, morfología, etapas vitales de la mujer, etc. ... Y aún

sigo ávida de información y aprendizaje. Soy curiosa y como me dice una amiga, un poco intensa y sensible con estos temas. Además también realice un curso de Patronaje Básico de Corsetería en AITEX y me maravilló lo complejo que puede llegar a ser la confección de una prenda que tan poca estima le tiene el público en general. Creo de vital importancia conocer el producto, qué efecto produce en el cuerpo femenino y lo más importante, explicárselo a la mujer.

#### ¿Cuáles cree que son las claves para un buen asesoramiento en tienda?

Ofrecer sensación de cercanía sin abrumar es el primer paso. Una actitud positiva, escucha activa, un ambiente cálido que transmita intimidad. Luego está el

no decir nunca “no, esa no es tu talla, tu talla es tal”. A una mujer que lleva pensando toda la vida que tiene una 100B, por ejemplo, y a primera vista se puede apreciar que posiblemente tiene una 90D, le espera un largo camino hasta entender lo que nosotras conocemos. Es más, quizás no quiere saberlo, por lo tanto, nuestra labor es escuchar, y realizar las preguntas pertinentes, observar, y en el probador llegará el momento de medir, ajustar y explicar. Para el brafitting, hay que entrar en el probador si o si, con el debido permiso y máximo respeto, claro está. No hay excusa, salvo que la mujer no lo permita por supuesto. Además, es sumamente importante conocer la morfología femenina en sus distintas etapas vitales y si no se dispone de la talla y copa adecuada nunca vender por vender. Como dice el refrán, “pan para hoy, hambre para mañana”.

#### ¿Cree que todas las mujeres independientemente de su morfología deberían someterse al asesoramiento de un brafitter?

Más que “deberían” yo diría que sería muy positivo para ellas. La compra de un sujetador es muy importante ya que ha de quedar como una segunda piel. Afortunadamente hemos avanzado algo en estos años y más o menos les suena que existen tallas y copas, pero de ahí a saber cuál es la apropiada para ella hay

una gran diferencia. He encontrado clientas con sujetadores “buenos y caros” como les gusta decir, y llevar toda la vida la talla y copa equivocadas sin cambiar de talla porque “es la que siempre gastan”. En estos casos, al final, la experiencia me dice esa prenda acabará en el fondo del cajón porque “esa marca no me sienta bien”. Insisto, un bra fitting al año no hace daño.

#### ¿Qué le diría a aquella clienta que, por su fisonomía, evita ir a la tienda especializada y compra online sin garantías de llevar la prenda adecuada?

Pues yo le diría que es perfecta tal y como es, pero que merece disfrutar de un servicio personalizado y encontrar un sujetador adecuado invirtiendo tanto en su salud física como emocional.

#### ¿Existe un método eficaz para ejercer el brafitting online? O, al menos, para captar a las consumidoras y provocar que éstas se acerquen a la tienda especializada?

El contacto físico y la observación cercana de la mujer que precisa un bra fitting, hace difícil que se pueda hacer a distancia. Existen multitud de aplicaciones, calculadoras, que si bien en lo único que son efectivas es en la medida del surco submamario, en la copa casi siempre fallan, no por la apli-

cación en sí, sino quizás en la forma de medición de la usuaria. Para que fuese efectiva la medida, la mujer debería estar previamente bien tallada, y en ese caso, ¿quién necesita medirse entonces? En algunas webs, entre ellas la mía, explicamos cuales son los síntomas que delatan el uso de un sujetador con una talla equivocada y, es más, los trastornos físicos que conllevan. Eso debería ser suficiente para dejarse ayudar. El problema es que hay muy pocas corseterías que asesoren de forma adecuada y dispongan de todas las tallas. Eso aboca a la usuaria a probar a pedir en webs en las que los gastos de devolución son gratuitos o a comprar “gángas” para ver si les vale, ya que el gasto no es excesivo. No digo que sea imposible, pero si intrusivo, pues haría falta al menos ver a la usuaria a través de videoconferencia o imagen y no sé si muchas estarían dispuestas a ello.

#### ¿Por qué cree que en España tenemos tanto desconocimiento sobre la talla a utilizar?

Si hacemos un recorrido por las firmas “fabricantes españolas” que llegan más allá de la copa C, pronto nos daremos cuenta que no se puede vender lo que no se fabrica. Un ejemplo claro. Hay fabricantes que en cuanto suben una copa reducen una o dos tallas. Inaceptable a mi parecer. Se centran en las “tallas co-





## ISABEL LÓPEZ

Andaluzas de nacimiento y mancha de adopción, Isabel López es una madre de familia a la que le encanta el campo, la naturaleza, el silencio y los abrazos de más de seis segundos.

Autodidacta, creativa, apasionada con su profesión desde su establecimiento Soloisa en Manzanares (Ciudad Real) asesora a clientas y forma a profesionales en una materia que considera vital para la supervivencia de un negocio que ama y mimas con máximo detalle.

merciales”. Esto provoca que si una clienta que usa una marca determinada cambia por el motivo que sea de talla en unos meses, cuando venga pidiendo dicha marca habrá que decirle que no se fabrica. Primero se genera un desconcierto importante en la usuaria que no entiende porque al cambiar de talla y copa tiene que pagar más porque resulta que esa marca que tan bien le sentaba ya no puede usarla. Derivado de este hecho, si no fabrican tallas y copas, y no dan formación a sus vende-

dores sobre este tema tan importante, ¿Cómo pueden vender a una corsetería si ni siquiera ellos mismos disponen de un argumentario de conocimientos básicos? ¿Cómo, si solo le dan el muestrario, les dicen, “a vender más que el mes pasado que hay que cumplir objetivos”?

Me consta que muchos comerciales sienten frustración, intentan hacer llegar ideas y preocupaciones a sus superiores, quejas que transmitimos a pie de mostrador y ahí se quedan, porque no les prestan ni la menor atención. Y es que, es cuestión de matemáticas. Si un fabricante cualquiera tuviera el surtido necesario, no digo yo en las mismas cantidades por talla y copa, sino un surtido suficiente, se encontraría cada temporada con al menos 6 copas, (de la B a la G), con al menos 7 tallas (85 a 115), con al menos 4 patrones, con al menos 3 colores básicos y alguno de color... ¿Hacemos la cuenta? Mejor lo dejamos ahí. Por lo tanto, al final el interés ha de ponerlo el comerciante si cada día quiere seguir con sus puertas abiertas, buscar formación, exigir calidad, y si es necesario, como es mi caso recurrir a fabricantes franceses, ingleses, alemanes... Renovarse o morir, y por desgracia, muchos establecimientos que empezaron con mucha ilusión, están echando el cierre después de una vida dedicada a ello.

### ¿Piensa que a nivel educativo se podría hacer más en las escuelas?

Vivimos en la era del photoshop, del retoque, de las redes sociales donde siempre hay que estar divinos, y mostrar solo la parte que se considera atractiva de uno mismo. Claro que se podría hacer más, sin embargo tengo que decir, que cada día más, los centros educativos están concienciados e incluyen en su Proyecto Educativo temas transversales encaminados hacia ello, además de charlas sobre alimentación, hábitos saludables, autoestima, prevención de malos hábitos de vida, etc.

### Además de la experiencia de tantos años que muchas profesionales y detallistas españolas tienen ¿qué técnicas y ventajas aporta un curso de brafitting?

Las principales ventajas que se consiguen son aumento de la rentabilidad, clientes más fieles porque se cubre su necesidad, distinción de la competencia generalista, satisfacción y reconocimiento por la labor bien hecha y la sensación de que contribuyes a la evolución de la mujer. Hoy en día la especialización y formación actualizada es la clave para quien quiera mantenerse en este sector. La consumidora que tiene unas características concretas, que es la mayo-

ría, busca ayuda, es exigente y sabe lo que no quiere, y es más de lo mismo.

### ¿Hay relevo generacional en los detallistas de íntimo y baño en España?

No tengo muchos datos sobre este aspecto, aunque lo que vengo observando es que cuando un comercio detallista tradicional cierra por jubilación intenta traspasarlo sin llegar a conseguirlo. Por supuesto hay casos en los que sí, pero la mayoría desaparecen. El aumento de competencia de grandes cadenas con sus precios low cost hace que ni se lo planteen, por eso creo que el futuro es la especialización.

### Hablando de baño, un segmento muy importante a nivel de resultados en el negocio minorista, ¿qué importancia tiene el brafitting?

Es importantísimo y además supone una oportunidad más para fidelizar haciendo que pueda elegir el bikini o bañador adaptado a sus medidas. Existen suficientes marcas que se encargan de baño low cost y de tallas imposibles, por lo que tenemos una oportunidad estupenda para cumplir los deseos y necesidades de mujeres con copas superiores a la D.

### ¿Cómo ve el futuro de la tienda especialista en moda íntima y baño?

Creo firmemente que el reciclaje y especialización es una alternativa de negocio en estos tiempos. Cada vez chicas más jóvenes tienen pechos más grandes con contornos más pequeños, y al contrario, y buscan apoyo. Mientras no lo encuentren cerca, seguirán recurriendo a las compras por internet. Cuantas más especialistas y más fácil lo pongamos, más fácil será la labor.

Es más, yo propondría el asociacionismo de comercios especialistas para apoyarnos entre nosotros. Hay que quitarse el complejo de que la competencia es mala. Al contrario, la competencia hace que nos propongamos ser mejores y no “dormirnos en los laureles”.