

La tradición de una cuidada atención al cliente y las nuevas tecnologías, clave para el desarrollo del comercio local de Madrid

El mantenimiento de una cuidada tradición de atención al cliente y el uso de las nuevas tecnologías se están conformando como las claves básicas para mantener el desarrollo del comercio local de alimentación y distribución de Madrid en un entorno socioeconómico dominado por un consumo moderado y la presencia de una gran competencia. Así lo confirman los dueños de negocios de alimentación de Madrid que, tras llevar más de cien años en la brecha, siguen luchando día a día por ofrecer a sus clientes el mejor producto con la mejor atención.

Según José Manuel Pacheco, Presidente de la Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución: “Nuestros socios son empresarios con gran tradición en la alimentación en Madrid y tienen muy presente que las condiciones socioeconómicas exigen de un gran esfuerzo por su parte para no solo mantener su clientela habitual, sino en atraer nueva y expandir sus negocios, basándose en su conocimiento del producto, su profesionalidad y la atención cualitativa, diferencial y de servicio, así como su adaptación a los requerimientos actuales del consumidor como pueda ser la relación a través de Internet”.

Este es el caso de Alberto López, dueño de Jamonerías López Pascual, la más antigua de Madrid. Su apertura data del 1919 y está situado en pleno corazón histórico de la capital (C/ Corredera Baja de San Pablo, 13). Su abuelo fue el fundador de este negocio que se ha mantenido vivo a lo largo de tres generaciones gracias a su esencia: ofrecer buenos productos, cuidadosamente elegidos, con el mejor trato personal a sus clientes.



“Considero que la clave de nuestro éxito está en una especialización exhaustiva. Trabajar con productos con mucha calidad. Contactar con los mismos proveedores de siempre con los que haces una relación más de amistad a lo largo de los años. Y por supuesto, la atención al cliente, porque el boca a boca es lo que realmente funciona. No se trata solo de darle lo mejor al cliente, sino de darle a cada cliente lo que realmente necesita. Si a cada cliente le das lo que realmente le gusta, es cuando queda realmente satisfecho y cuando va a realizar esa labor del boca a boca que es la que, creo yo, en nuestro sector, funciona.”, comenta Alberto López.

“Considero que además de la tradición del negocio, las nuevas tecnologías son imprescindibles para el día a día actual. Es decir, no se trata solo de funcionar como siempre, sino de incorporar las nuevas tecnologías con la tienda online, la web, las redes sociales, para darnos a conocer a público nuevo. Y es además a nivel global: no solo para España sino para todo el mundo”, añade Alberto.”

Situación parecida sucede con Andrés de las Heras, propietario de Hermanos de las Heras Olmeda, un establecimiento de alimentación que se abrió en 1870 y que por circunstancias de la vida adquirió su padre hace 60 años. Andrés, que se crió aprendiendo el oficio, ahora continúa gerenciando el que es uno de los locales de alimentación más antiguos de Madrid, y lo hace conservando también la esencia de ofrecer la mejor atención al cliente con los productos más seleccionados.



“Tengo clientes que me conocieron desde pequeño y que siguen comprando en este establecimiento. Y también muchos turistas y gente que viene de fuera que se acerca a comprar aquí porque saben que solo ofrecemos la mejor calidad. Asesoramos a nuestro público, y eso provoca que se genere una gran confianza en el servicio. Y aunque muchos clientes, por cuestiones de comodidad o de economía se han ido a comprar a otros sitios, continuamente renovamos nuestra clientela, y todos aquellos que gustan del buen comer, siguen adquiriendo sus productos en nuestro establecimiento”, afirma Andrés.

“En cuanto a Internet, de momento solo tenemos página de empresa en Facebook, pero estamos trabajando en una tienda online que nos permita hacer llegar nuestros productos y nuestro buen hacer a cualquier parte del mundo”, concluye Andrés de las Heras.

Como Alberto y Andrés, cientos de empresarios que regentan tiendas centenarias siguen esforzándose por conservar lo que les ha dado su éxito a lo largo de los años: una excelente atención al cliente y los mejores productos escogidos del mercado. Y también cientos como ellos están aprovechándose de las nuevas tecnologías con el fin de hacer crecer su negocio más allá de su localización física, traspasando en muchos casos las fronteras de nuestro país.