

VIVIR

VILLAVERDE

Sigue comprando en tu barrio

CONSTRUIR TU HOGAR CON LAS TIENDAS DE TU BARRIO



WWW.COMERCIOVILLAVERDE.COM

Septiembre
2023

CON LA FINANCIACIÓN DE

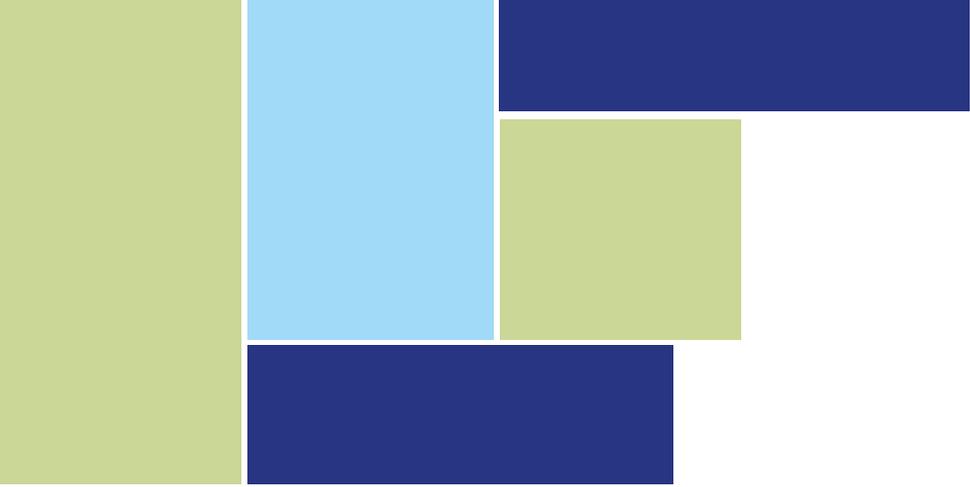


Comunidad
de Madrid

PROMUEVE



Asociación del Comercio
de Villaverde



Los imprescindibles de Villaverde

Proponemos al lector una ruta por veinte comercios, el objetivo de esta ruta es llenar el hogar de una nueva familia ficticia que se muda a la zona. De esta manera los comerciantes de Villaverde y Ciudad de los Ángeles comparten con Vivir Villaverde los productos que todo hogar tiene que tener siempre disponible.

Por **Javier González Sánchez**

Imaginemos una familia que se traslada a cualquiera de estos tres barrios: Villaverde Alto, Bajo o Ciudad de los Ángeles. Esta familia, formada

por un padre, una madre y un niño pequeño, se encuentra su nuevo hogar vacío: sin muebles, electrodomésticos, ningún tipo de utensilios...

Varios amigos les recomiendan que compren todo por Internet o que acudan a un centro comercial, pero la situación y el espacio del que disponen es complicado y una compra equivocada, aunque barata y rápida, puede suponerles problemas y gastos extra en un futuro cercano. A través de los comercios más cercanos las opciones se multiplican y esta familia descubre que tiene acceso a una gran variedad de productos sin salir de su barrio y, lo mejor de todo, serán asesorados por trabajadores con experiencia, que escucharán sus problemas y buscarán soluciones con ellos.

Colchón y sofá

Muchos de los comerciantes coinciden en que el colchón es el producto por excelencia cuando te mudas a una nueva casa. Junto al sofá forman los imprescindibles del descanso. "El descanso está por encima de todo. Siempre en una casa se puede apañar, para poner encima la televisión, pero tener un colchón, es necesario", explica Ángel Yuste de Ángel Yuste Decoración. "Cuando llegas a casa cansado después de un día de trabajo, te apetece descansar, estar a gusto y tranquilo", coincide Javier García Nevado, de Don Mueble.

"Si no hemos descansado bien se nota en el resto del día. Y el sofá porque el resto del tiempo que pasamos en casa es en el sofá. Comemos, algunos hacen teletrabajo y mesas de televisión. A mí me compran personas más mayores que empezaron comprando a mis padres cuando eran jóvenes. Ahora buscan colchones eléctricos y artículos para la tercera edad"

Francisco Javier Carpintero, de muebles Paco



¿Dónde encontrar colchones y sofás?

- Ángel Yuste Decoración (Pág. 8)
- Colchonería Almagro (Pág. 36)
- Colchonería Salud y Descanso (Pág. 42)
- Colchonerías González (Pág. 10)

Sábanas y cortinas

Acompañando al descanso comienzan a entrar en este hogar los primeros tejidos. El primero: las sábanas, acompañan a ese descanso; el segundo: las cortinas, que comienzan a darle intimidad a esa familia recién llegada. Este último sector ha evolucionado mucho y existen una gran variedad de telas y diseños que muchas tiendas de barrio trabajan desde hace años, consiguiendo estilos que pueden darle a una casa un toque único que contrarresta con los productos en cadena, muy similares entre sí.

“Creo que las sábanas son obligatorias. Sin sábanas yo al menos no sé dormir. En una casa necesitamos una toalla por lo menos y después ya iremos comprando el resto de productos”

Irina Michta, de Retales al Peso

¿Dónde encontrar sábanas y cortinas?

- Retales al peso (Pág. 18)
- Selecciones Arroyo (Pág. 3)

Puerta y cerraduras

La seguridad es un aspecto que cada vez ha cogido más importancia en estos barrios. Varios ferreteros de los comercios locales recomiendan cuidar de las cerraduras y tener siempre copias de las llaves en caso de emergencias. “La cerrajería es otro mundo cada puerta tiene una cerradura, es un mundo que hay que conocerlo”, afirma Juan Carlos Busto Herrera, de Ferretería Herrera.

“Si te gastas el dinero, gásta-

telo en protegerte”,

Carlos Jiménez Orgaz, de Ferretería Carfer.

La seguridad del hogar empieza por tener una buena puerta y muchos vecinos apuestan por tener una blindada y de calidad.

¿Dónde encontrar puertas?

- Madebel (Pág. 22)

“Una puerta blindada o acorazada es vital en cualquier hogar. Esto no es la comida, no es un gasto constante. Tú puedes tener una puerta desde hace 20 años y no tienes necesidad de cambiarlas si no quieres. Digamos que no te pide pan”

Juan José García Díaz, de Madebel

¿Dónde encontrar cerraduras y recambios para llaves?

- Ferretería El Chaflán (Pág. 12)
- Ferretería Herrera (Pág. 30)
- Ferretería Manoli (Pág. 38))
- Ferretería Carfer (Pág. 14)

Cocina

En el terreno de la alimentación el electrodoméstico por excelencia, según coinciden los vendedores es el frigorífico. Algunos comerciantes piensan también en la placa de inducción para cocinar, pero el frigorífico es una buena primera inversión cuando se está preparando una cocina, después esta cocina tiene que amueblarse, pues será uno de los núcleos familiares más importantes.

¿Dónde encontrar frigoríficos?

- Hermanos Pérez (Pág. 40)

“Sin placa no puedes cocinar, pero el frigorífico es indispensable. Sin un lavavajillas te puedes apañar,

pero el frigorífico te permite empezar a guardar alimentos. Ese sería el electrodoméstico principal en una casa”

~~~~~  
Ronald Rondón, de Hermanos Pérez.

¿Dónde encontrar muebles de cocina?

- Muebles Pinar (Pág. 39))
- Muebles Paco Mobiliario (Pág. 16)
- Don Mueble (Pág. 20)

## Ventanas

Los cristales y las ventanas se han convertido en una pieza fundamental en la vida doméstica, con el aumento de las temperaturas extremas, tanto de frío como de calor, priorizar el ahorro energético es algo vital para tener una buena economía doméstica. Trabajadores como José Miguel Guerrero Orgaz, de Aluminios Guerrero, creen que un buen aislamiento puede marcar la diferencia en este caso, un aislamiento con un producto de calidad, que no venden las grandes cadenas o los centros comerciales.

¿Dónde encontrar ventanas?

- Aluminios Guerrero (Pág. 24)
- Aluminios Lara (Pág. 26)

## Iluminación

Una vez que tenemos lo básico para pasar unas noches en el domicilio, hay que empezar a darle algo de calor a la casa. En este sentido tenemos que cuidar los enchufes y bombillas y podemos aprovechar esta primera revisión para almacenar todo lo necesario para futuras reparaciones. “Si se te rompe un enchufe o un diferencial de tu casa es imprescindible arreglarlo y cambiarlo por un nuevo”, dice Juan Carlos Busto Herrera, de Ferretería Herrera.

¿Dónde encontrar buenos productos de iluminación?

- Ferretería El Chaflán (Pág. 12)
- Ferretería Herrera (Pág. 30)
- Ferretería Manoli (Pág. 38)
- Ferretería Carfer (Pág. 14)
- JMD Electricidad (Pág. 28)

## Productos temporales y consejos

Ahora que la casa cuenta con lo indispensable, conforme pasen los meses será necesario adquirir productos que se vuelven imprescindibles según la estación: ventiladores en verano y lámparas y calefactores en invierno.

- Hermanos Pérez (Pág. 40)
- JMD Electricidad (Pág. 28)
- Ferretería El Chaflán (Pág. 12)
- Ferretería Herrera (Pág. 30)
- Ferretería Carfer (Pág. 14)

Desde Hermanos Castillo Cobo nos recomiendan tener en casa un limpiador de moho. “es un producto que todas las casas necesitan. Es un producto muy estrella, se usa mucho. Es una lejía hiper concentrada. Lo que hace es que cuando la gente no quiere cambiar los baños o echar silicona, este producto elimina el moho”

- Hermanos Castillo Cobo (Pág. 32)

En este punto la casa está completa y preparada para lo que pueda acontecer a la familia residente, todo ha sido adquirido en el barrio, sin necesidad de trasladarse, de acudir a Internet o a un centro comercial, sólo con la ayuda de los preparados y experimentados comerciantes.

# Tariparquet, suelos profesionales de madera

**Tania Martín Sánchez, de Tapiparquet, nos cuenta la historia del negocio que se vale de su buen trabajo como única publicidad en el sector de las tarimas.**

Por **Laura Gascón Serrano**

## ¿Cómo fueron los inicios del negocio?

Abrió en 1999, en este mismo local. Los fundadores fueron Carlos Santos Lozano y Francisco López Iglesias. Entonces vendían lo mismo que ahora: instalaciones de parqué, lijados y barnizados, tarimas flotantes... todo pavimentos de madera. Para locales, casas y empresas. Carlos antes trabajaba como autónomo y traía una cartera de clientes como decoradores y reformistas, intermediarios hacia un cliente final. No solo vivimos del barrio, también de clientes de fuera. Aunque no tenemos web nos conocen porque llevamos ya muchos años en el sector.

## ¿Qué tipo de productos encontramos en este negocio?

Pavimentos de madera, tarimas flotantes sintéticas, de madera, macizas, parqué, lijados y barnizados de parqué. Quien quiera poner un suelo de madera en casa, puede encontrarlo en nuestra tienda.

## ¿Qué define vuestro estilo de producto?

La relación calidad precio. Podemos competir con las grandes empresas porque son productos distintos. Nuestros productos no se venden a grandes superficies, nuestros proveedores venden a tiendas pequeñas, no venden al por mayor. En una gran superficie puedes ir, comprar una tarima y a los dos meses volver y ya no haber de ese modelo. Compran tantos metros de un producto y cuando se agota compran tantos metros de otro producto, no tienen una continuidad y nosotros sí. Nuestros proveedores suelen mantener los modelos en el tiempo, durante unos años.

## ¿Qué tipo de producto busca la gente que llega al barrio?

La tarima sintética porque es más resistente

que el parqué. Buscan más la comodidad de ese producto, es más fácil de mantener, no se araña como un parqué, se puede fregar más a diario.

## ¿Cuál consideras que es imprescindible para un hogar?

Es que son productos distintos. En mi casa tengo una madera, no tengo un suelo sintético. La desventaja es que cada tanto tiempo tienes que estar restaurando ese suelo porque es madera que se puede lijar y barnizar, lo sintético si se te estropea no. Aunque es más complicado que se estropee que un parqué, que es más delicado. El suelo sintético, aunque parece madera, no lo es y no te da la calidad de un parqué.



### ¿Cómo fidelizáis a un nuevo cliente?

Siendo un buen profesional y dejando el trabajo bien hecho. Y si tienen algún problema después, atenderles y solucionarlo. Las tarimas tienen unos años de garantía dependiendo de cada marca y cada colección. La garantía cubre un desperfecto del material, pero no un mal uso.

### ¿Cuál crees que es la clave para que el comercio local siga funcionando y sobreviva?

Es difícil sobrevivir sólo de la tienda del barrio. Vivimos por nuestra cartera de clientes fuera del barrio. En el barrio vas trabajando y es un apoyo más, pero no vivimos de la tienda.



Avda. Real de Pinto, 44 - Villaverde Alto



91 797 76 62



Tariparquet44@hotmail.com



# Ángel Yuste Decoración, amabilidad y formalidad para ayudarte a decorar

Ángel Yuste Ocaña es la tercera generación que trabaja en esta tienda de muebles que tiene más de medio siglo de historia en el barrio. "En esta tienda el cliente puede encontrar lo que necesite, en cuanto a presupuesto y en cuanto a línea y diseño, más moderno, más clásico o más provenzal".

Por **Laura Gascón Serrano**

## ¿Cuánto tiempo lleva el negocio en el barrio?

65 años, lo fundó mi abuelo. Empezó vendiendo muebles. Cuando empezaron iban con un carrito de mano por las casas. De lunes a viernes se vendía y sábados y domingos se entregaban los muebles. Algo también curioso es que los muebles se pagaban de una manera muy cercana, "cuando usted pueda", "poco a poco", han cambiado mucho los tiempos.

La segunda generación fue mi padre y ahora yo estoy aquí. Yo empecé con 14 años y ya tengo 47, entregando muebles, poco a poco he ido haciendo cursos y cosas y he ido avanzando.

## ¿Cómo ha evolucionado el negocio?

Seguimos teniendo un poquito de todo, muebles, mobiliario de salón, mobiliario de dormitorio, juvenil, sistemas de descanso y relax... baño y cocina no, lo único que no trabajamos.

## ¿Qué tipo de productos puede encontrar el cliente aquí?

Lo que busque, lo que necesite, en cuanto a presupuesto y en cuanto a línea y diseño: más moderno, más clásico o más provenzal.

Muebles, sofás, decoración, colchones, de todo un poco.

## ¿Qué es lo que más define vuestro estilo?

Creo que lo que más nos define es la atención personalizada al cliente más que el producto, que tenemos de todo tipo. Hacemos cualquier mueble de cualquier medida, cualquier cosa que necesite el cliente, proyectos para ver cómo quedan antes de instalarlos, un equipo logístico de montadores y transporte muy profesional.

Hacemos el proyecto, vamos a comprobar las medidas. Desde que viene un cliente a por un dormitorio juvenil, por ejemplo, hasta que está terminado el trabajo hay mucho trabajo: medir, hacer el dibujo, la instalación.

## ¿Qué tipo de producto viene buscando la gente?

Un poquito de todo, al ser una tienda con sofás y camas, te puede venir un cliente por un sofá, luego un canapé o un sofá cama. Vendemos de todo. Mueble auxiliar, mesas y sillas.

## ¿Cuál es el producto más vendido?

Sofás y colchones. Es lo que más rotación tiene, en cualquier época del año. En una casa cuando instalas el mueble al cliente ese no





se rompe nunca o casi nunca, es casi eterno. Lo que sí tiene un poco más de desgaste por el uso es tapicería, sofás y colchones. Por eso es normal que tenga más rotación y que se venda más.

### ¿Cómo competís contra las grandes empresas?



“parece que el sofá no está muy bien”, durante la pandemia tuvimos muchísimo trabajo. Después ya empezó la gente un poco como ahora, a viajar, y ya estaban a otras cosas.

### Claves para fidelizar a un nuevo cliente

Atenderle súper bien, que encuentre lo que va buscando. Que desde el minuto uno que entra por la puerta intentemos hacerle sentir bien. En lo referente al montaje, nosotros instalamos y transportamos sin coste alguno y con un equipo muy profesional y con muchos años de experiencia.

~~~~~  
“Las claves serían: amabilidad y formalidad”
~~~~~

### ¿Cómo ves el futuro del comercio local en los próximos años?

Vamos a tocar madera, esperemos que bien. Vamos a ser optimistas, hay que serlo. Mientras estemos vivos, trabajemos duro, ofrezcamos un producto y servicio de calidad y algo que te diferencie. Llevamos 65 años, algo un poquito bien estaremos haciendo, aunque siempre se puede mejorar.



Av. de Espinela, 33, **Villaverde Alto**



917 98 06 08

Trabajando mucho y dando una atención super especial al cliente. Intentamos hacer sentir especial a cualquier persona que entre por la puerta, intentamos que encuentre la solución que necesita.

### ¿Cómo ha evolucionado la clientela?

La gente hoy en día es mucho más práctica. Hoy en día los chicos con un mueble de televisión chulo, una mesa y un sofá se apañan.

Justo durante la pandemia, para este sector fue bien. Después de estar tanto tiempo en su casa la gente decía:



# Colchonerías González, primar la calidad en los tiempos de la compra online

**Desde la venta ambulante hasta ser uno de los negocios más longevos del barrio. Antonio González ha visto cómo su colchonería ha evolucionado durante más de 50 años, superando las crisis gracias a la confianza que ha conseguido generar en los clientes, que vuelven cada pocos años a renovar el colchón a un local donde la relación calidad precio está asegurada.**

Por **Laura Gascón Serrano**

Hace 38 años Antonio González y su padre acudían al Rastro de Madrid cada domingo para vender cunas, cochecitos de niño, sillas y productos para bebé. Antonio cuenta que los comienzos fueron duros, sólo tenía 13 años cuando empezó a trabajar con su padre. Durante 15 años se

cionando bien y con perspectiva de seguir, porque hay trabajo, hay cinco personas trabajando aquí”, explica el dueño.

Antonio achaca el éxito de sus productos a la relación calidad-precio, sobre todo desde que existe Internet y los clientes pueden comparar el precio en cientos de webs al instante.

**“Sí podemos competir con los precios de Internet. Yo tengo página desde hace 15 años y vendemos a nivel nacional en muchas regiones de España”**

En este aspecto, Antonio ha observado cambios en el tipo de cliente con el paso de los años, muchos de los nuevos vecinos viven de alquiler y les resulta difícil hacer frente a los gastos cotidianos, por lo que no se pueden permitir cambiar de sofá o de colchón. “El problema actual, comparándolo con hace unos años, es que ahora se mira más el precio que la calidad. Porque cuando se mudan a una vivienda cuesta más que hace muchos años, entonces tienen que quitar de algún lado. Quitan del sofá, del colchón... y miran más el precio que antes”, explica. “El cliente que lleva 40 años viviendo en el barrio sí consume un producto medio porque no tiene hipoteca y puede destinar un dinero a comprar un producto medio de calidad”, añade Antonio. El dueño de Colchonerías González afirma que la mayor parte de sus clientes son los que llevan entrando a su tienda más de cuarenta años y sus hijos y nietos, que confían en comprar sus productos en una tienda en



dedicaron a vender cunas que se vendían muy bien porque la población de parejas jóvenes iba en aumento. Cuando la venta empezó a decaer se centraron en vender cortinas, tanto a medida como productos estándar. En 1982 abrieron la tienda de muebles en Villaverde y desde entonces el negocio se ha ampliado y ha funcionado siempre con la confianza de los clientes de su lado.

Actualmente lo más vendido en el local son los sofás, las cortinas y los colchones. “Continúa fun-

la que sus familiares han salido contentos. Pese a todo, Antonio sigue confiando en la relación de la calidad precio para fidelizar a los clientes y es contrario a bajar la calidad de su género, por lo que ha intentado adaptar el precio de sus productos a las necesidades de los consumidores.

**“Me niego a vender colchones malos. Para eso ya están las grandes superficies. Nosotros primamos la calidad, sobre todo en el descanso”**



Respecto al futuro del comercio local Antonio se muestra alerta a la compra online y reconoce que muchos jóvenes ya no compran en las tiendas de barrio. Gran parte de su clientela es aquella que compró un colchón con el que han estado encantados durante años y que cuando se queda algo viejo regresan a Colchonerías González para adquirir uno nuevo. Pese a ello, Antonio está muy agradecido a la fidelidad de su clientela como demuestra el slogan de uno de los folletos de su tienda, que reza:

**“¡No cerramos! Nosotros continuamos gracias a vosotros, que seguís viniendo a nuestra casa ¡muchas gracias!”**



-  C/ de Topacio, 2 - Villaverde Bajo
-  C/ Leonor Góngora, 50 - Villaverde Bajo
-  917 98 20 09
-  672 74 91 44
-  colchongonza@hotmail.com
-  [www.colchonoreriasgonzalez.com](http://www.colchonoreriasgonzalez.com)

## El Chaflán, una ferretería cercana durante más de cuarenta años

Los vecinos de Villaverde llevan encontrándose con Carlos Gutiérrez detrás del mostrador de la ferretería El Chaflán desde hace más de 23 años, pero el negocio tiene una tradición mucho más antigua en el barrio y ha sido testigo de la evolución tanto de la clientela como del comercio local de proximidad.

Por **Laura Gascón Serrano**

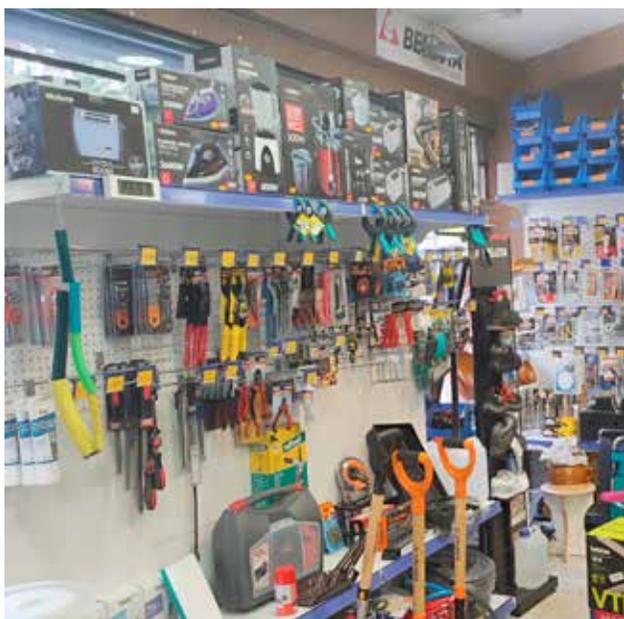
En 1980 los padres y tíos de Carlos Gutiérrez, con la ayuda de sus abuelos, abrieron la Ferretería El Chaflán en el Paseo de Alberto Palacios, 52. Nada más empezar el negocio El Chaflán se ganó un lugar entre los vecinos de Villaverde. Antes de Internet y de los grandes almacenes el comercio

de los centros de bricolaje, la tienda se ha especializado en el menaje de cocina y productos más inmediatos, aunque las herramientas y avíos para las chapuzas siguen siendo parte importante de sus ventas. La competencia se ha multiplicado en los últimos años y Carlos es consciente de que es más difícil vender una taladradora, por ejemplo, en los tiempos de grandes cadenas y redes sociales, que cuando él entró a trabajar en la ferretería.

~~~~~  
“Las armas que tenemos para luchar son las que tiene el pequeño comercio y la que nos funciona a nosotros: cuidar al cliente, ser profesionales, tener trato de proximidad y tener el recurso aquí justo debajo de tu casa”
~~~~~

de proximidad era justo lo que demandaban los clientes y muchos negocios empezaron a surgir en el barrio para atender necesidades cercanas, explica Carlos Gutiérrez a Vivir Villaverde. Veinte años después de que sus familiares abrieran la tienda, Carlos se incorporó al equipo y desde entonces se ha enfrentado a los altos y los bajos del negocio con una actitud cercana al cliente.

En más de cuatro décadas El Chaflán ha evolucionado y se ha adaptado a lo que el barrio demandaba y necesitaba. Comenzó como una “ferretería pura”, cuenta Carlos, vendiendo herramientas y utensilios de tipo industrial. Con la aparición





Pese a lo que muchos piensan, las tiendas de barrio no difieren tanto en precio a lo que se puede encontrar en Internet o en los centros comerciales, pero Carlos reconoce que la variedad a la que uno puede acceder

por vía digital es algo que las tiendas de barrio no pueden abarcar. "Ahora abres un móvil y buscas cualquier artículo y se abre un abanico de posibilidades inmensa y aquí tenemos varias variantes de un artículo. A la gente le gusta mucho elegir, con el calzado de trabajo, por ejemplo, tenemos seis modelos en exposición y eso se le hace poco", cuenta.

Sin embargo, el comercio de barrio tiene algo con lo que no puede competir ninguna cadena o web, la experiencia y la ayuda de trabajadores como Carlos. "Yo intento tratar bien al cliente, tratarle como a mí me gustaría que me trataran, que es una buena referencia para fidelizar a un cliente", añade. Todos los días entran personas nuevas a la tienda y aunque la clientela no es la misma que en los comienzos las necesidades sí son las mismas. Los clientes del barrio bajan a su comercio más cercano o de confianza por una chapuza o un arreglo que están haciendo en casa. "Cuando empezó El Chaflán la gente joven de Villaverde iba envejeciendo. Yo me encontré con un gran número de gente mayor cuando empecé a trabajar. Pero sí que viene gente joven, en su mayoría

yo sí diría que va viniendo gente mayor pero no falta gente joven".

***"Cuando la gente no sabe dónde comprar algo al primer sitio que va es a la ferretería. Aquí pueden encontrar de todo, maneje, tornillo, tacos"***

Carlos explica que lo que más define el estilo de producto de su tienda es la utilidad, todo lo que hay en sus estanterías es útil y puede ayudar a solucionar un problema en el hogar. En la tienda intentan tener un poco de todo, para que el cliente pueda encontrar lo que necesite y si no disponen de ello en el momento hacen todo lo posible por encontrarlo. De esta manera las tiendas como El Chaflán ayudan a los vecinos desde la cercanía, algo que Carlos considera imprescindible en un barrio como Villaverde, tanto ahora como en el futuro.

***"El futuro se ve incierto pero lo que yo no me imagino es un barrio sin comercio, cuando lo pienso no lo concibo, en un barrio como este no me imagino yendo por las calles y que no haya comercios. Sé que seguiremos, no sé muy bien cómo, pero no va a desaparecer por completo. La gente que decide vivir en un barrio como este lo hace por eso, por la cercanía con los vecinos y por el comercio"***



P.º de Alberto Palacios, 52 - **Villaverde Alto**



917 95 60 82



ferreteria.elchaflan@hotmail.com

# Ferretería Carfer: solucionar problemas del cliente, la clave de su éxito

**Carlos Jiménez Orgaz ha establecido una relación cercana con sus clientes en los 15 años que su negocio lleva en el barrio. La clave de su éxito, explica, está en pensar en las necesidades del cliente más que en qué producto busca, es decir, buscar una solución a sus problemas.**

Por **Javier González Sánchez**

Coincidiendo la crisis del 2008 la ferretería de confianza del barrio cerró debido a la jubilación del dueño. Dos años después los vecinos seguían demandando los servicios de una ferretería que les ayudase a solucionar los problemas que surgen día a día en la vida doméstica. En 2010 La Ferretería Carfer abrió para cubrir esas necesidades. "Desde entonces la evolución ha sido constante, no hemos dejado de crecer y de reinvertir todo lo ganado en el negocio, por lo tanto, la gente lo nota", explica el dueño, Carlos Jiménez. Poco a poco el género del que disponían fue aumentando hasta tener un stock de gran tamaño. En esta década y un lustro han conseguido aumentar la cantidad de referencias de productos, pasando de alrededor de 4.000 a más de 11.000.

De esta forma, Ferretería Carfer ha conseguido poner a disposición de los vecinos de Villaverde "absolutamente todo lo que necesitas en tu casa", en palabras de Carlos, desde una paleta o una olla para la cocina, una escarpia, una taladradora o un clavo, para colgar un cuadro, hasta una escuadra y un manguetón para arreglar la taza del inodoro.

Carlos insiste en que lo que buscan sus clientes, y que tanto él como sus trabajadores intentan darles, no son los productos en sí, si no "soluciones" a sus problemas. Si un cliente llega con el espejo del coche que se ha despegado el vendedor busca la mejor manera de ayudarlo, recomendándole y asesorando sobre qué producto será el que solucione su problema.

En estos 15 años, Carlos ha conseguido una gran cartera de clientes. Algunos empezaron a visitar la tienda cuando tenían cincuenta años y siguen visitándola a diario ahora que tienen sesenta y cinco. Cuenta que también reciben muchos clientes rotativos debido a la gran cantidad de pisos en alquiler. "Es gente que no te conoce y que de repente llega a una tienda bien iluminada y amplia y les gusta. Buscan soluciones, tenemos una zona de pisos con una media de edad de 50

o 60 años en los que se rompen cañerías, iluminación, enchufes que se queman porque son muy antiguos, y los clientes vienen buscando reposición", explica Carlos. Algunos de estos clientes llegan buscando cambios para enchufes de hace 50 años y los enchufes modernos no entran en esas cajas, entonces Ferretería Carfer se preocupa de buscar los recambios para ayudar a esos clientes concretos.





Para Carlos es muy importante que sus clientes salgan de la tienda con la sensación de que se les ha dado un buen servicio y cree que es la manera que tienen los pequeños comercios de competir contra Internet y las grandes cadenas de venta. "Yo muchas veces digo que es "tratarlo como si fuese tu abuela". Tú engañas a un cliente una sola vez en la vida, si no le atiendes correctamente o le cobras fuera de lo adecuado no lo vas a volver a ver", defiende Carlos.

Actualmente los clientes pueden comprar desde su móvil a cualquier lugar del mundo y Carlos opina que contra eso el comercio local no puede competir. Pero lo que el comercio digital no puede conseguir es dar un servicio que solucione un problema, recomendar o asesorar. Una vez que das click al botón de comprar esa web se desentiende de tus necesidades mientras que en la Ferretería Carfer la relación con el cliente no termina. Quieren que regreses y que pienses en ellos cuando tengas un problema, cuando necesites una solución como la que te dieron en tu última visita.



C/ Esperanza Macarena, 21 - **Villaverde Bajo**



911 428 934



682 897 115



Email: [carferferreteros@hotmail.com](mailto:carferferreteros@hotmail.com)



[www.facebook.com/bricocarfer](https://www.facebook.com/bricocarfer)



@brico\_carfer

# Muebles Paco, mobiliario a la medida de tu barrio

**Con más de 50 años de tradición en el barrio, Muebles Paco Mobiliario, bajo el mando de Francisco Javier Carpintero y su mujer Toñi, sigue valiéndose de la satisfacción de sus clientes como la mejor carta publicitaria.**

Por **Laura Gascón Serrano**

Francisco Javier Carpintero se hizo cargo de Muebles Paco en 1999, pero desde niño ya ayudaba y jugaba en este negocio familiar. Actualmente Francisco, o Paco Javi para los amigos, y su mujer Toñi siguen en este comercio especializado en los muebles a medida.

En Muebles Paco el cliente puede encontrar todo



tipo de mobiliario de hogar. Desde sofás y camas hasta salones y habitaciones juveniles. "Nosotros estamos especializados en que el cliente nos pida el mueble a medida, tratamos de aprovechar al máximo los huecos porque en esta zona las casas suelen ser pequeñas", explica Francisco. Se trata de un producto nacional al 80 o 90%, con fabricantes cercanos para que el proceso sea lo más rápido posible, aunque a veces requiere algo más de lo esperado al tratarse de muebles a medida. "Claro, sencillo y rápido", sostiene.

El comercio abrió hace más de 50 años y desde

entonces ha sido testigo de cómo ha evolucionado el sector del mueble y su clientela. Con los años la competencia ha aumentado, han aparecido grandes marcas a las que se suma el comercio electrónico. De esta manera el cliente ha multiplicado sus opciones y sus gustos han variado "Ya no buscan muebles tan grandes como antiguamente, quieren más pequeños y buscan más comodidad en sofás y colchones", explica Francisco.

***"Hay que luchar en todos los frentes. Nosotros no es que hayamos cambiado mucho, lo que ha cambiado mucho es el cliente, se ha vuelto más exigente, busca más ofertas, ahora es una venta más estudiada"***

Francisco y Toñi se han enfrentado a las distintas crisis con lo que ellos creen que es la mejor publicidad, tratar al cliente de la mejor manera posible. "Si les damos un buen servicio, el cliente, o algún conocido del cliente, siempre vuelven. Muchos vienen aquí por el boca a boca", narra Francisco.

***"Nuestros clientes son nuestra mejor carta publicitaria"***



C/ María Barrientos, 13 - **Villaverde Bajo**.



91 505 15 89



[www.mueblespaco.com](http://www.mueblespaco.com)



Muebles Paco Mobiliario



@muebles\_paco





# Retales al peso, las telas que han envuelto Villaverde

**Irina Michta y su negocio son conocidos en el barrio por ser de los pocos negocios en los que se pueden encontrar telas de este tipo y calidad y se incentiva la labor de coser a mano. Su tienda se ha enfrentado a las crisis con el cariño de sus clientes y el trabajo de su dueña como aliados.**

Por **Laura Gascón Serrano**

Si pasean por la calle Vieja de Pinto tal vez se encuentren con uno de los mejores reclamos publicitarios de los comercios de barrio: se llama Linda y es una perra que siempre vigila con mirada cariñosa la entrada de Retales al peso, una de las tiendas más conocidas de Villaverde Alto, dirigida por Irina Michta.

Retales al peso no estuvo siempre en esta calle,

no había otra tienda. Poco a poco, con el boca a boca, la gente nos va conociendo. Hay rachas mejores y hay rachas peores”, cuenta Irina.

En su tienda Irina ofrece todo lo que puede llevar la palabra “tela”, según explica: fundas de cojines, cubrecamas, albornoces, toallas, fundas de colchones, telas de todo tipo, edredones, telas por metros, visillos, toallas, lonas... el producto más vendido varía en función de la temporada; en verano son las lonetas y los toldos. Aunque la dueña de Retales al peso reconoce que

siempre hay ventas de sábanas porque en su tienda se pueden encontrar perfectas tanto para verano como para invierno.

La pandemia fue un punto de inflexión, narra Irina. El traslado, que coincidió con la crisis, no es el único cambio al que se ha enfrentado Irina. Las grandes cadenas son una gran competencia en cuestión de precio y los pequeños comercios no pueden permitirse realizar compras de tanto tamaño como los centros comerciales o las cadenas de distribución. Desde que Irina empezó su sector ha evolucionado mucho y,

como consecuencia, el tipo de cliente también ha cambiado. “Antes la gente cosía más, ahora se pueden encontrar más productos prefabricados, como los disfraces de los niños, cosas para el hogar y la gente hace menos cosas a mano, desgraciadamente”, explica Irina. La tienda es un lugar de referencia en Villaverde, porque no hay muchos negocios de este estilo.



muchos la conocen por su antigua ubicación en la plaza de Ágata, donde se ganó el cariño de los clientes de Villaverde. Hace dos años se trasladaron al local actual, aunque mucha gente todavía les busca en la antigua plaza. “La gente estaba acostumbrada durante cuarenta años a ir a la plaza y por mucho que tuvimos el cartel puesto durante un año todo el mundo cuando veía la reja cerrada daban por hecho que estaba cerrada y



~~~~~  
“Es un barrio donde hay muchas personas mayores. Antes cosían un montón, y conocen nuestra tienda de sobra. Muchas cuando vienen y ven las telas dicen ‘que pena que ya no coso’. Aquí intentamos ser amables, no dar discursos y ser atentos”
~~~~~

Irina siempre ha conservado los mismos proveedores, nacionales y de confianza para el cliente. “La gente que conoce esta tienda sabe que no hemos cambiado de estilo ni de proveedores, la calidad es buena”. La comerciante se ha preocupado de que sus clientes tengan buenos productos porque es consciente de que es su mejor

manera de competir con las grandes cadenas. La calidad es lo que les hace regresar a los clientes, aunque puede que también lo hagan por Linda.



C/ Vieja de Pinto, 9 - Villaverde Alto



Teléfono: 654 80 74 45



[www.telinas.es](http://www.telinas.es)

# Don Mueble: "Diseño y confort al mejor precio"

**En las dos décadas que Don Mueble lleva en el barrio Javier y David García han atendido a varias generaciones, padres e hijos siguen llegando a amueblar sus casas gracias a la confianza que los hermanos se han ganado en el barrio siendo fieles a su máxima "Lealtad para el nosotros y para el cliente".**

Por **Laura Gascón Serrano**

Javier García Nevado lleva en el mundo del mueble casi toda su vida. Empezó a trabajar con 16 años, ha tenido tiendas en Fuenlabrada e incluso ha sido fabricante de sofás. Él y su hermano, David, siempre han trabajado en el sector del mueble. Ambos llevan las dos tiendas, una en la calle Orovilla 39, que dirige David y otra en la calle Selma Lagerloff, 15, que dirige Javier.

Hace 24 años los hermanos cerraron la tienda de Fuenlabrada, pasaron por Usera y finalmente se trasladaron a Villaverde, que entonces se estaba terminando de construir. "Tenía clientes por la zona a los que entregaba sofás y veíamos que esto iba creciendo. A uno de mis clientes le alquilé el local, al año se lo compré y hasta ahora", cuenta Javier.

Desde que llegaron al barrio el negocio no ha

dejado de crecer y evolucionar, adaptándose a los gustos cambiantes del sector del mueble. Al principio vendían muchas `boiseries`, librerías de gran tamaño algo más lujosas, pero también librerías más sencillas y sofás. Javier explica que desde entonces la cantidad de estilos en los productos se ha disparado, cuando antes había sólo cuatro tipos de colores para las estanterías y pocos modelos de sofá. La oferta ahora es enor-



me y tanto colores como diseños se han multiplicado. También las necesidades de los clientes han ido cambiando.

***"Ahora es todo mucho más minimalista, antes había más posibilidades de guardar y ahora lo que la gente busca es que quede bonito y ha sacrificado un poquito el espacio"***

En Don Mueble el cliente puede encontrar todo lo que un hogar necesita, en lo que a mobiliario se refiere: muebles de baño, duchas, salones de todos los tipos, sigue habiendo clientes que quieren boiseries, que quieren librerías y Don Mueble los sigue complaciendo. Javier y su hermano trabajan sobre todo por catálogo-



go debido a que están limitados por el espacio y no pueden exponer la inmensa variedad de sus productos en las tiendas. Tienen la idea de ampliar el espacio alquilando otro local para conseguir otros 200 metros para exposición y así poder aumentar las ventas en colchonería.

Javier y su hermano ya han atendido a varias generaciones del barrio y muchas veces se sorprenden cuando vienen clientes, a los que ayudaron a montar los muebles de su primera casa, con sus hijos que tienen planes de independizarse y quieren que Don Mueble les ayude en su nueva casa. "Eso me llena de satisfacción. Nosotros no hemos lanzado publicidad nunca, más de diez años funcionando con el boca a boca, en redes sociales llevamos unos pocos años y le estoy dando un poquito porque es una cosa interesante", cuenta Javier.

Actualmente el producto más vendido es el dormitorio juvenil. "Nosotros habremos vendido el 70% de los dormitorios de los chavales de Villaverde", dice. Javier sostiene que cuando las parejas se mudan a un nuevo hogar en lo primero que piensan es en sus hijos, "para los niños cualquier cosa" y por lo tanto es un producto muy demandado en el barrio.

La principal herramienta con la que compiten en este sector es la calidad. En Don Mueble trabajan con fabricantes 100% españoles, no importan prácticamente nada. Muchos clientes llegan a la tienda buscando su asesoramiento y eligen productos que ven en catálogo pero que en ese momento no pueden mostrarles en tienda. Tal es la seguridad que tienen en estas tiendas que confían en las palabras de los hermanos para comprar el producto sin ver el mueble si quiera, porque saben que si hay cualquier problema pueden contar con ellos, aunque ya se haya cerrado la venta, como han demostrado en múltiples ocasiones. "Sé que hay productos mucho más económicos, pero yo quiero ver al cliente por la calle y saludarle, estar a gusto, no engañar. No puedo decirle "llévate esto que es una maravilla",



sabiendo yo que no es una maravilla. "Lealtad para el nosotros y para el cliente", ese es un tema nuestro y el servicio pos venta", se enorgullece Javier.

~~~~~  
"Nosotros la garantía que damos es que somos Don Mueble"
~~~~~

Para Javier es importantísimo cuidar al cliente desde que entra por la puerta de su tienda hasta que el mueble está montado, e incluso más. Siempre desde la seriedad y el servicio escuchan al cliente para ver qué necesita y no más que eso. Siempre que amueblan una cocina o un salón el equipo de Don Mueble realiza las mediciones en la propia casa, observan el espacio y la posible distribución e intentan decorar cuidando sus necesidades. El servicio de medición y asesoramiento es gratuito y Javier sostiene que siempre piensa en lo mejor para el cliente, si en su ojo experto el cliente quiere más muebles que los que pueden quedar bien en su salón Javier le da su opinión como profesional, aunque suponga menos ventas para él, pero sí conllevará un cliente más satisfecho.

~~~~~  
"El 90% de los clientes son amigos. Intentamos que confíen en nosotros y de eso se trata, de la confianza, el servicio y que cuando necesitan algo nosotros estemos en su cabeza. Intentamos que nuestros precios sean"
~~~~~

**competitivos, prefiero ganar cien euros menos, pero tener ese cliente satisfecho, que regrese. Sabemos que comparan, al final todos somos clientes, pero al final vuelven”**



C/ Selma Lagerloff, 15 - **Villaverde Bajo**



Av. de Orovilla, 39, **Los Rosales**



917 98 56 18



913 18 10 72



dm2javier@gmail.com



dm3david@yahoo.es



www.donmuebledecoracion.com



donmuebledecoracion@facebook.com

## **Madebel: la madera que ha crecido con Villaverde**

**El nombre de este local es conocido en Villaverde desde hace más de 50 años y, a pesar de las crisis provocadas por Internet o el auge de los centros comerciales, Juan José García Díaz y su hermano siguen aconsejando a sus clientes para que su casa tenga cualquier derivado de la madera de calidad.**

Por **Laura Gascón Serrano**

El antiguo jefe de Juan José García Díaz sólo les pidió una cosa cuando les traspasó el local a él y a su hermano: que conservasen el nombre de la tienda. Los hermanos no saben exactamente de donde viene el nombre, pero varias décadas han conseguido que sea conocido en el barrio como sinónimo de buena madera y trato profesional.



Juan José empezó a trabajar en Madebel cuando tenía 23 años, ahora tiene 66, pero está al frente de la tienda junto a su hermano. “Éramos chavales jóvenes. Poco a poco salimos adelante y hemos tenido a mucha gente trabajando. Siempre hemos estado aquí. No nos podemos quejar, hemos trabajado como animales, siempre lo hemos llevado mi hermano y yo”, cuenta Juan José.

El negocio ha tenido épocas buenas y malas, explica Juan, pero desde que se extendió la venta en centros comerciales las tiendas de barrio están en peligro, en su opinión. Estos centros han afectado al volumen de venta y por lo tanto a la cantidad de trabajadores que el negocio puede permitirse. “Hago hasta donde puedo, aquí hemos sido compañeros de trabajo, no ha habido jefes, hemos trabajado todos”, narra Juan José.

En Madebel el cliente puede encontrar casi todo lo relacionado con madera: puertas, armarios, cajoneras, tableros, tarimas, puertas blindadas y puertas acorazadas. Los miembros del equipo de la tienda son los que se encargan de realizar el transporte y montaje de todos los productos. Juan José explica que lo que más han vendido siempre han sido los tableros y actualmente siguen viniendo muchos clientes a cortar su madera al local para hacer sus propios muebles y arreglos en casa.

Juan José reconoce que el tipo de cliente ha evolucionado mucho en los últimos años. Muchos clientes llegan a la tienda con información que buscan en Internet y les cuesta dejarse aconsejar por un experto. “La gente de antes se dejaba aconsejar más. Siguen llegando clientes que preguntan y se dejan proponer. Pero hay gente que ya sabe más que tú, pero vamos a sus órdenes”, sostiene Juan José. “No creo que sea sólo en este gremio, a todos los niveles de la vida,



seguramente pase igual en una ferretería. Antes les explicabas mejor las cosas, te preguntaban de otra forma”, añade.

Después de más de 50 años en el barrio, entre el anterior dueño y los hermanos García, Madebel ha conseguido un buen cartel de clientes y Juan José atribuye este éxito a la formalidad con la que él y su equipo trabajan.

“Hemos tratado muy bien a la gente y lo que nos han pedido lo hemos hecho. Hay que tratar bien a la gente y más en un barrio donde se oye todo, yo he puesto puertas en la calle Cartagena, en las Rozas, Leganés... pero porque el boca a boca es lo que vende en este tipo de negocios”

Juan José sabe que el 95% de las personas que llegan a su local recomendados por otro cliente acabarán convirtiéndose en clientes ellos mismos.

**“Nosotros nos hacemos responsables de todo lo que vendemos y si hay que limarte una puerta te lo hacemos y si no cierra te la arreglamos”**



C/ Martínez Seco, 5 - Villaverde Alto



917 960 502 / 917 987 871



info@madebel.es



www.madebel.es



# Aluminios Guerrero, el mejor aislamiento para un mejor ahorro

José Miguel Guerrero Orgaz ha sabido convertir las crisis en oportunidades, sus clientes confían en él para conseguir unas ventanas de calidad, un producto estrella en el mercado, y así conseguir el mejor ahorro energético.

Por **Laura Gascón Serrano**

José Miguel Guerrero lleva toda la vida entre aluminios. De pequeño jugaba en el taller de su padre y ayudaba en lo que podía, "me lo pasaba pipa", cuenta. Con el tiempo él y sus hermanas heredaron el negocio y desde 2005 él solo lleva Aluminios Guerrero.

El mercado de este sector ha ido evolucionando y ampliándose desde que el padre de José Miguel abriera el negocio a finales de los 70. Cuando Aluminios Guerrero empezó sólo había tres talleres en el barrio, ahora hay 17.

***"Ha cambiado mucho el mercado, antes era una cosa muy exclusiva y ahora se ha convertido en un bien más genérico"***

Aluminios Guerrero se especializa en el cambio de puertas y ventanas de vivienda. "Tenemos un producto que es el número uno del mercado en aislamiento y como es el número uno puedo competir con cualquiera", explica José Miguel. Las grandes marcas y cadenas tienen un producto de peor calidad y no dan un servicio como el que José ofrece, sólo pueden competir en precio, aunque vendan un producto inferior. "Me cuesta a veces más el coste del material que lo que ellos venden en tienda. Tengo que ir a calidad", cuenta José Miguel.

Con las últimas crisis (pandemia, guerra, Filomena...) los clientes se han dado cuenta de que el ahorro es cada vez más importante y José Miguel cree que su producto y su trabajo pueden contribuir en este aspecto.

***"El mayor ahorro es no gastar, y ¿cómo no gastamos? Teniendo un buen aislamiento térmico en nuestra casa"***

Este tipo de crisis han ayudado a que los clientes se conciencien sobre la situación de sus ventanas y cómo repercute en su economía doméstica. De esta manera el número de clientes de Aluminios Guerrero ha aumentado. "Al estar encerrados la gente se ha dado cuenta de las malas ventanas que tenían y cuando vino Filomena, del frío que pasaban y cuando subió el precio del gas se dieron cuenta de lo que gastaban en mantener esa casa caliente", narra José Miguel.

Actualmente el producto más vendido para este comercio es el aislamiento térmico. "Tenemos un producto que es el producto estrella, en distintas calidades, tanto en PVC como en aluminio", describe. Fabrican cada encargo a medida, en este proceso buscan cuál es "la ventana idónea para tu casa. Ese es mi fuerte". Este instalador deja que su trabajo sea su carta de presentación. No recurrir a redes sociales ni a publicidad digital. "Cuando tengo un cliente al que le he puesto unas ventanas buenas, la cuñada, la hermana, el suegro, el primo son los que me llaman y yo vivo de eso, de que he hecho un trabajo bueno, del boca a boca". Junto a las recomendaciones, Aluminios Guerrero, consigue clientes a través de reformistas que, con el paso de los años, se han convertido en amigos de José Miguel y que confían en él para subcontratar el trabajo de





to tan vagos que no vamos ni a mirar. Lo que si vamos es a probarnos la zapatilla en la tienda a ver si nos queda bien ese número para luego comprarlos por Internet, pero queremos que esté esa tienda abierta para probarnos la zapatilla. El comercio se va a extinguir”, sostiene José Miguel.



C/ San Neviano, 1 - **Villaverde Alto**.



917 97 90 79

las ventanas en una reforma.

A pesar de su éxito, José Miguel reconoce que no es un buen momento para el comercio de barrio. Muchas de las tiendas locales cierran o se ven perjudicadas por las grandes cadenas y los centros comerciales. “La gente no va a ir a ningún comercio si lo tiene en el móvil. Nos hemos vuel-



# Aluminios Lara, el mejor aislamiento y trabajo no necesita publicidad

**Javier Lara heredó el negocio de su padre, los clientes que confiaron en el trabajo y en la calidad de las ventanas que los Lara instalaban siguen volviendo y ahora traen a sus hijos y nietos, lo que el actual dueño reconoce que es la mejor publicidad.**

Por **Laura Gascón Serrano**

## ¿Cómo fueron los inicios del negocio?

Esto lleva abierto desde hace 45 años, desde el año 78. Mi padre trabajaba en una empresa grande, hicieron una reestructuración de plantilla y se tuvo que poner a trabajar por su cuenta. Puso un taller de aluminio aquí con unos compañeros, luego les compró su parte y se quedó con el negocio completo.

## ¿Cómo ha evolucionado el negocio a lo largo de los años?

No tienen nada que ver las ventanas que se hacían antes con las que se hacen ahora, en temas de aislamiento ahora son mucho más completas. Y ahora el PVC le está ganando mucho terreno al aluminio por temas de aislamiento, porque el PVC es un material que no transmite temperatura por

lo que es mucho más aislante, da mejores resultados que el aluminio.

Aquí trabajamos las ventanas de aluminio de diferentes tipos y de PVC.

## ¿Qué es lo que más define vuestro estilo de producto?

Intento buscar lo que creo que le conviene más al cliente para la situación de la vivienda o local. Siempre trato de ofrecer el producto que ellos necesitan dependiendo de la orientación de la ventana o el tipo de aislamiento. Intento no vender siempre lo máximo porque cuando no se necesita una máxima para qué invertir un dinero innecesariamente.

## ¿Qué producto de la tienda consideras que es imprescindible en cualquier hogar?

Evidentemente una buena ventana es lo más importante. Tener un buen aislamiento para poder tener un confort en la vivienda es importante.

## ¿Cómo ha evolucionado la clientela desde que empezasteis?

Yo estoy trabajando a hijos de clientes de mi padre. Nosotros no hacemos publicidad, llevamos tantos años que tenemos una clientela que habla entre ella y no necesitamos promocionarnos.

**“Si haces un trabajo bien hecho luego hablan de ti y te**





**recomiendan a otros. Vivimos de eso”**

**¿Cuál es el producto más vendido actualmente?**

El PVC. Se vende más que el aluminio porque es más económico por la materia prima y porque da mejores resultados de aislamiento.

**¿Cuál dirías que son las claves para fidelizar a un nuevo cliente?**

Ser sincero, no querer aprovecharse de la situación. Ofrecer lo que el cliente necesita, que vea que no le estás intentando vender la moto. Que el cliente confíe en ti, así se dejará aconsejar y te permitirá fidelizarle para que venga con otros clientes.

**¿Cómo ves el futuro del pequeño comercio en unos años?**

Nuestro tipo de negocio es imprescindible porque el trato que podemos dar no lo van a encontrar en otras empresas de mayor volumen. El trato que damos es muy personalizado, muy cercano.

Mi sector es fundamental y no vamos a tener ningún problema. En otros sectores no lo sé.



C/ La Dolorosa, 25 - **Ciudad de los Ángeles**



91 795 61 77



[www.aluminioslara.com](http://www.aluminioslara.com)



Aluminios Lara

# JMD Electricidad, la chispa del comercio local

**Decepcionados por las compras digitales, muchos clientes del barrio acuden a tiendas como JMD Electricidad, donde vendedores como José Manuel Domínguez les muestran el producto físico y les ofrecen garantías de confianza. Su tienda es reconocida por abuelos y nietos como un lugar donde se puede encontrar "todo lo que tenga pilas o funcione con electricidad".**

Por **Laura Gascón Serrano**

En la calle Ignacio Santos Viñuelas existe un pequeño museo de aparatos eléctricos dentro de una tienda de barrio. José Manuel Domínguez, dueño de JMD Electricidad, lleva más de 35 años en el sector y ha encontrado toda serie de objetos movidos con electricidad que expone en una de las vitrinas de su tienda. En su establecimiento el cliente puede encontrar cualquier objeto que sea movido por pilas o electricidad.

José Manuel fundó el negocio junto a un socio que se jubiló hace nueve años. Este comerciante

las grandes cadenas la competencia ha sido cada vez más mayor y ahora no venden este tipo de productos. "Antes no había ningún comercio que los vendiera, éramos los únicos, pero todas las tiendas los venden ahora", explica José Manuel. El dueño de JMD afirma que su sector es muy amplio y que como tienda de barrio están preparados para atender las necesidades del cliente con "un poco de todo dentro de la gama de electricidad".

Los vecinos del barrio acuden a esta tienda buscando un producto económico y de calidad, José Manuel sabe que no es habitual que un producto de un precio alto se venda con regularidad, aunque sí hay clientes que los demandan y a los que se le encarga el producto

por catálogo. El comerciante destaca que antes sus clientes eran personas mayores, pero que cada vez hay más clientes jóvenes, algunos nietos de antiguos compradores que han regresado al barrio. Estos clientes, buscan "sinceridad, precios buenos y buen material, porque si tú vendes un producto que se le va a estropear a los dos días no vuelven", según palabras de José Manuel.

Aunque JMD sigue recibiendo clientes su dueño reconoce que el futuro del comercio local es algo complicado en el barrio. "Estamos viendo que todo el comercio que está cerrando se está convirtiendo en viviendas", explica. José Manuel cuenta que hay muchos vecinos que se han cansado de las compras online y acuden a comercios como el suyo para ver el producto física, después



cuida muchísimo su local y lo decora para ocasiones como Halloween. Al principio, además de muchos objetos eléctricos, vendían también electrodomésticos, pero con el crecimiento de



de salir decepcionados varias veces en compras digitales.

***“Por Internet lo pides, te lo traen, pero no es lo mismo tenerlo en la mano, la gente está volviendo a venir a tiendas pequeñas, pero no puedes competir con el precio. Intentamos competir lo mejor posible, ahora mismo tengo bombillas más baratas que muchas grandes marcas. Lo que ocurre es que no es lo mismo la publicidad que tienen ellos que te lo están vendiendo por los ojos, que lo que puedes hacer en un pequeño comercio”***



C/ Ignacio Santos Viñuelas, 7 - Villaverde de Bajo



91 796 34 62



681 04 48 92



[jmdelectricistas@gmail.com](mailto:jmdelectricistas@gmail.com)



JMD Electricidad

# Ferretería Herrera, buen trato y soluciones

**Juan Carlos Busto Herrera y su equipo, en Ferretería Herrera, se han adaptado a todas las necesidades de sus clientes, a las nuevas tecnologías y a los cambios del mercado que amenazan al pequeño comercio.**

Por **Laura Gascón Serrano**

La Ferretería Herrera fue fundada hace más de 55 años por el padre del actual dueño, Juan Carlos Busto Herrera. Al principio la ferretería vendía suministros industriales aprovechando el auge de los talleres en Villaverde. Desde entonces han seguido atendiendo tanto a nivel industrial, como al público particular.

El negocio ha evolucionado según las necesidades del barrio; introdujeron el duplicado de llaves, el afilado de cuchillos y el duplicado de mando. "Según ha ido cambiando la tecnología nos hemos ido adaptando, pero fundamentalmente siempre ha sido lo mismo, herraje, tornillería, maquinaria, material eléctrico y de iluminación... ahora son de led y antes eran incandescentes", explica Juan Carlos. El dueño expone que ahora se diferencia más entre el cliente particular y la industria o empresa y la tienda cuenta con un comercial específico para este último tipo de ventas.

*"Este negocio se basa en prestar servicio, hay gente que te pide cosas, desconoce cosas, la información es exagerada y te pueden pedir desde una sartén hasta un equipo de soldar o una piscina para la casa, abarca tantos artículos y tantas cosas..."*

En este proceso de adaptación Ferretería Herrera abrió una tienda online, aunque reconoce que nunca ha funcionado tanto como el trato directo con el cliente particular o con la industria y más desde la aparición de grandes cadenas de distribución y los cambios que ha experimentado la clientela. "Al llevar tanto tiempo muchos clientes han desaparecido o se han jubilado y ahora es gente nueva la que viene. Antes venían de Toledo, de Ciudad Real, ahora vienen desde fuera de España. En esta zona, la gente que se dedica a instalar o a trabajos más básicos casi todos son extranjeros, casi todos. Es gente que viene a trabajar, necesita ayuda o te pide información, es dar un servicio y unos precios justos, competitivos", narra Juan Carlos.

Estos cambios han supuesto un descenso en las

ventas cara al público, unido a crisis como la pandemia. Dentro de la competencia también se encuentran los pequeños bazares, que ofrecen productos de menor calidad y que no cuentan con el asesoramiento de trabajadores como los de Ferretería Herrera, que llevan toda la vida trabajando





en un sector que es muy amplio y complejo. En Ferretería Herrera son expertos en cerrajería, un ámbito bastante complicado en su sector. “Es un oficio que como toca tantos palos es complicado aprender y saber, entonces nos ayudamos con catálogos. Si funciona aquí se trabaja duro”, sostiene Juan Carlos.

***“Las claves siempre han sido las mismas. Darle un buen trato al cliente y solucionarle los problemas. Escucharle para saber qué quiere”***

En la web de Ferretería Herrera, Juan Carlos ha dejado escrito un mensaje para que los clientes les conozcan y sepan cómo llevan trabajando más de medio siglo:

“Somos una ferretería generalista, fundada en Madrid en 1968. Nuestro medio siglo de historia no sería posible sin la confianza que nos han otorgado clientes, que prueban nuestra profesionalidad y espíritu de servicio. Nos dedicamos a la venta de herramientas, maquinaria, material eléctrico, iluminación, bricolaje, jardinería, camping, suministros... puede contactar con nosotros para

solucionar cualquier duda que nos pueda surgir a la hora de adquirir un producto y le daremos la solución que mejor se adapte a sus necesidades”.



C/ Calamina, 8 y 12 - **Villaverde Alto**



917 97 11 15



626 62 51 59



[www.hogarbrico.com](http://www.hogarbrico.com)



[info@hogarbrico.com](mailto:info@hogarbrico.com)



Ferretería Herrera Busto Herrera

# Hermanos Castillo Cobo, los colores que el barrio necesita

**Luciano, Manuel y Emilio Castillo Cobo, de Hermanos Castillo Cobo tienen claro que un cliente que entre por su puerta tiene que llevarse el producto adecuado y ellos se esfuerzan por asesorarlos en un sector tan amplio como la pintura y droguería.**

Por **Laura Gascón Serrano**

**¿Cuándo abre el negocio y cómo fueron sus inicios?**

Desde el 1995. Lo abrimos los 3 hermanos: Luciano, Manuel y Emilio Castillo Cobo. El nombre comercial de la marca que tenemos se llama Blanco Merengue, que la comercializamos con nuestros productos de máxima calidad.

Los inicios fueron buenos porque había trabajo. Teníamos otra tienda en la calle Parvillas Altas en la que estaba mi padre, y a continuación montamos esta, que es más grande. La otra tienda estaba más céntrica, más enfocada al consumo de barrio. Aunque esta también tiene consumo de barrio vendemos mucho de cara al polígono de Villaverde.

**¿Cómo ha evolucionado el negocio durante estos años?**

Bien, aunque siempre ha habido altos y bajos. Ha sido un negocio en el que hemos cuidado mucho a nuestros clientes y eso al final nos reporta una continuidad en los hijos de aquellos que queda-

ron satisfechos, que ahora van viniendo. Aunque con el uso de las nuevas tecnologías esto va cambiando y no se sabe hacia dónde, porque la gente joven tiene una forma nueva de comprar.

*“La venta online no nos afecta demasiado, porque la pintura pesa mucho y el transporte es muy caro, entonces la gente compra en el barrio o en los centros comerciales, pero cada vez hay más centros comerciales”*

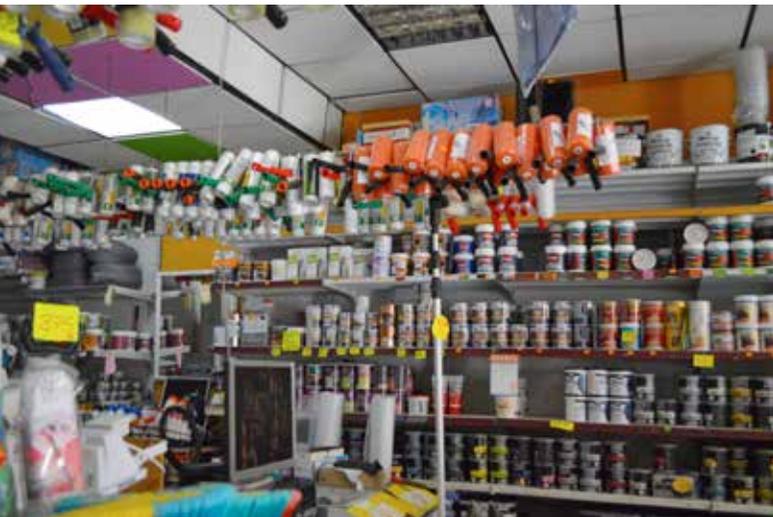
**¿Qué tipo de productos se pueden encontrar en vuestro negocio?**

Todo lo que sea de decoración para el hogar, tanto en pinturas como complementos y luego también droguería y cualquier producto que la gente nos solicite y no lo tengamos lo encargamos y lo traemos si no lo tenemos en ese momento. El cliente se tiene que quedar satisfecho. Si el producto existe se lo podemos traer, aunque tenemos mucho estocaje en la tienda.

**¿Qué es lo que más define vuestro estilo de producto?**

Amoldarnos a lo que el cliente pide cuando llega. A veces el cliente busca una cosa que no sabe ni lo que es, entonces nosotros le damos el asesoramiento que necesita para que el proyecto llegue a un buen fin.

*“Intentamos que el cliente gaste el dinero de una manera lógica, que no coja un producto de una estantería por precio o porque le guste el formato, sino que el producto en sí le valga. La personalización de las necesidades del cliente”*



## ¿Qué tipo de producto busca la gente que viene aquí?

Cuando se alquila un piso o viene gente de segunda vez lo que busca es pintarlo. Eliminamos muchos problemas de humedades, de condensaciones que tienen en las casas porque están mal aisladas. Por ejemplo, con la lluvia la gente viene pidiendo productos para las goteras y para las humedades. Dependiendo de la estación del año.

## ¿Cómo ha evolucionado la clientela desde que empezasteis?

Al final la clientela ha cambiado. Nosotros tenemos el cliente de Villaverde. Antes era el marido trabajador y la mujer ama de casa y ahora ha evolucionado a que los dos trabajan y son jóvenes o son extranjeros.

Vienen pidiendo las necesidades del momento, porque ahora la gente no tiene segunda vivienda como antes, que tenían una parcela y pedían pintura para la piscina. Ahora son las necesidades cotidianas, no a largo plazo.

## ¿Cuáles son las claves para fidelizar a un nuevo cliente?

Lo primero, la atención, lo segundo tener siempre estocaje del material que necesite, que no se vaya con las manos vacías; y el tercero tener un precio razonable. Nosotros podemos competir, pero no vendemos producto de bajo precio, aunque lo tenemos, no lo ofrezco porque si lo vendo va a venir el cliente diciendo que le he vendido un producto malo. Si acude a un centro comercial, va a encontrar un producto de esas características y lo va a usar, pero no va a ir a la tienda a reclamar que le han dado un producto malo porque lo ha escogido él.



Yo prefiero darle un producto de otra calidad, explicándoselo siempre. Y así que sepa en lo que se gasta el dinero. Si no puede ese mes, que venga al mes siguiente.

## ¿Cómo ves el futuro del comercio local en los próximos años?

Incierto. Nosotros no porque estamos asentados, pero si tuviésemos que abrir un negocio desde cero sería más complicado. Hay que darse a conocer, hacer clientela, sacar dinero de un producto nuevo es complicado, tienes que tener algo detrás para que por lo menos los primeros meses que no sea un desatino.



C. Domingo Párraga, 10 - Villaverde Alto



91 798 57 73



decoracion@blancomerengue.com



www.blancomerengue.org y .es



Pintura Blanco Merengue



@pinturas.blancomerengue

# La oportunidad de tener unas cortinas únicas está en Selecciones Arroyo

**Un catálogo de cortinas sorprendente, productos de gran calidad y un trato cercano y comprensivo con el cliente, todo esto, bajo la calidez de Lupe Arroyo y Miguel Ángel Díaz, es lo que hace a Selecciones Arroyo un local imprescindible en lo referente a tejidos.**

Por **Laura Gascón Serrano y Javier González Sánchez**

Lupe Arroyo heredó el negocio de sus padres. El local actual abrió en 1985, pero ellos eran comerciantes desde los años 70. Con la expansión del barrio la tienda se amplió al local que hoy ocupa y desde entonces venden cortinas, colchas, sábanas, ropa de hogar y textil hogar. Cuando tenía unos 20 años, Lupe se puso al frente de la tienda y, junto a su marido Miguel Ángel Díaz, se ha enfrentado a los cambios del mercado y la clientela con los mejores productos y la mejor calidad.

La dueña de la tienda reconoce que cuando sus padres comenzaron a vender, la situación del comercio local era mejor que la



actual. La tienda tiene mucha clientela fija y gran parte del barrio conoce Selecciones Arroyo como un negocio tradicional en Ciudad de los Ángeles. Sin embargo, la clientela se hace mayor y los nuevos clientes no buscan tantos productos como antes, lo que hace que la situación sea cada vez más complicada. "Seguimos adelante, pero porque estamos los dos trabajando a pico y pala", defiende Lupe. La tienda tiene que enfrentarse al aumento de los precios y al auge de las grandes cadenas y la compra por Internet, pero tienen armas con las que diferenciarse que no poseen los centros comerciales.

La especialidad de Selecciones Arroyo es la instalación de cortinas, un producto en el que des-

tacan por la gran variedad y el trabajo que ofrecen. Selecciones Arroyo cuenta con unas cortinas técnicas, estos tejidos no se pueden lavar, pero se pueden limpiar con un trapo. Este tipo de cortinas permiten ver el exterior, pero desde fuera el tejido se vuelve opaco, aprovechando al máximo la luz. El catálogo disponible incluye estores fotográficos, cortinas verticales con dibujos técnicos, cortinas que reducen entre tres y cuatro grados el calor de la habitación, cortinas personalizables... esta pluralidad de productos es algo prácticamente único en el barrio. Lupe y Miguel, en colaboración con los trabajadores de un taller, acuden a los domicilios de los clientes a realizar las mediciones, las confeccionan y las instalan. "La gente compra cortinas hechas, pero el hecho de que un profesional vaya a su casa a hacer las mediciones y le diga, "aquí te queda mejor un estor que una cortina", eso la gente todavía lo aprecia y lo aconseja", explica Lupe. Las cortinas técnicas son un producto nacional, lo reciben desde Asturias, Granada y Zaragoza, y Selecciones Arroyo es una de las tres únicas tiendas que lo venden en la capital.

Este tipo de productos, como las cortinas motorizadas, son muy demandados por los clientes más jóvenes, aunque la cortina tradicional sigue vendiéndose. "La gente mayor sigue pidiendo tema clásico: visillo, cortina, toda la gente joven que viene de la zona nueva vienen buscan todo tipo de técnicos, algo nuevo que sea diferente al visillo que tiene su madre en su casa. Se decan-





tan más por este tipo de productos. Ahí ha evolucionado el tipo de cliente, hay un salto generacional en cuanto a que una madre o una señora mayor pide un tipo de producto y la gente joven busca algo más práctico”, explica Miguel.

Además de las cortinas, en Selecciones Arroyo hay toda una variedad de productos relacionados con los tejidos: sábanas, colchas, mantas, coralina, paños de cocina o albornoces, que se

convierte en el regalo estrella de las navidades. Desde la época de los padres de Lupe la tienda se ha definido por un producto de gran calidad. Los clientes siempre han apreciado que se tratase de telas y productos duraderos. El visitante puede encontrar todo tipo de tejidos, 100% algodón, poliéster, pero también tenemos calidades para todos los públicos. La calidad de las sábanas varía no solo en la composición, también en el número de hilos entre los 200, 300 y hasta 600 hilos. Lupe y Miguel siguen sintiéndose orgullosos de que los vecinos que salen por su puerta lo hacen con lo mejor del mercado.

***“Quiero que el cliente se quede con algo que le gusta. Si ya en última estancia el cliente me dice que no le gusta nada se le devuelve el dinero. Yo intento que no se queden con una prenda o tejido que no le quede bien”***



 C/ Arechavaleta, 5 - Ciudad de los Ángeles

 917 96 10 44

 [www.selecciones-arroyo.com](http://www.selecciones-arroyo.com)

 Selecciones Arroyo

 @selecciones\_arroyo

# Colchonería Almagro, formalidad en el descanso

**A través del trabajo y la experiencia María Fernández Almagro, después de sus padres, ha conseguido competir en precio con las grandes cadenas y sus productos siguen teniendo una calidad que, combinada con un trato serio y formal, sigue atrayendo a clientes de varias generaciones.**

Por **Laura Gascón Serrano**

## **¿Cuánto tiempo lleva el negocio en el barrio?**

Este septiembre cumplimos 39 años. Lo abrieron mi padre y mi madre en la calle Manojó de rosas, 85. Los inicios fueron duros, en cada familia llega la crisis en un momento y a nosotros nos llegó con una carta de despido de mi padre. Esto se abrió porque lo echaron. Eligieron montar una colchonería porque mi tía tenía una colchonería, entonces, llevábamos respaldo por detrás. De conocimientos, fabricantes, pagos... El principio fue duro.

## **¿Cómo ha ido evolucionando el negocio?**

Se empezó con colchones, somieres y demás y luego íbamos metiendo cosas, vas picoteando, te metes con el textil. Principalmente lo que trabajamos es el tema del colchón, lo otro se puede decir que es un complemento. Aquí se puede encontrar todo lo relacionado con la cama: sábanas,

protectores, almohadas, tema de espumas, tapicería, fundas, canapés...

## **¿Qué es lo que más define el estilo de producto?**

Buen género a buen precio. Los fabricantes y nosotros somos bastantes formales, si hay algún problema responden y ni nosotros ni el fabricante vamos a dejar nunca tirado al consumidor. Somos muy formales, la formalidad en esta casa es lo primero. Siempre que depende de nosotros somos muy formales.

## **¿Qué busca la gente nueva que llega al barrio?**

El colchón. La gente que llega nueva y hay mucho piso de alquiler entonces es verdad que la parte de abajo, somier o canapé, la suelen tener, pero les da más reparo dormir en un colchón usado.

## **¿Cómo ha evolucionado la clientela desde que empezasteis?**

Ahora hay mucha gente más joven, es verdad que yo tengo clientes de toda la vida, desde que empezamos. Gente conocida, es una cosa generacional, viene más gente joven pero el público es gente a partir de 50 años generalmente.

## **¿Cuál es la clave para fidelizar a un nuevo cliente?**

La formalidad. Que atiendas bien, no les engañes, la gente no se fía. Y que si hay algún problema sepan que vas a responder por ellos.

## **¿Cuáles son las claves para que el comercio local se mantenga?**

Precio. Podemos competir ahora mismo con otros comercios, yo entro en Internet y puedo ver que no tienen el género más barato que yo. Nos pensamos que Internet es más barato y no, vemos el mismo producto pero que son una clavada.





se vendía era más caro y ahora ha bajado. Ha tenido que bajar porque no hay otra, lo primero es comer. Es un barrio muy bueno, pero es un barrio obrero, todos los que estamos aquí somos curritos.

### ¿Cómo os habéis enfrentado a las distintas crisis?

Con miedo y con incertidumbre. Nosotros hemos salido adelante gracias a la gente que ha seguido confiando en nosotros, pero han sido momentos duros.

 Calle Manojó de Rosas, 75 - **Ciudad de los Ángeles**

 91 317 53 51 / 679 484 179

 Email: colchoneriaalmagro@gmail.com

### ¿Cómo ves el futuro del comercio local en los próximos años?

Yo espero estar aquí hasta que me jubile, pero la gente tiene miedo. Con el comienzo de la guerra de Ucrania empezó a notarse un poco más el tema de la bolsa de la compra y esto no es un producto imprescindible. Si se rompe un colchón con un parche lo arreglas. Antes el colchón que

# Ferretería Manoli: calidad, la clave para que continúe el comercio cercano

**Aunque el negocio lleva poco más de dos años en Villaverde, Óscar Lumbreras Marín tiene una experiencia de más de un cuarto de siglo en el sector de la ferretería. Los clientes siguen entrando en su tienda por la calidad y el precio de sus productos, algo que el comerciante considera primordial para que siga funcionando el comercio local.**

Por **Javier González Sánchez**

## ¿Cuánto tiempo lleva el negocio en el barrio?

Aquí dos años y medio. Antes teníamos un local en Vallecas, habíamos estado en el otro local durante 25 años, pero compramos esta tienda y nos trasladamos a Villaverde en 2021. Yo abrí el local y desde entonces ha ido cambiando, cada vez es más complicado.

## ¿Qué tipo de producto puede encontrar aquí el cliente?

Ferretería, fontanería y menaje.

## ¿Qué es lo que define más vuestro estilo de producto?

Ahora mismo menaje, es lo que más se está vendiendo.

## ¿Qué buscan los nuevos clientes que llegan a la tienda?

Menaje en general, sartenes, cacerolas, utensilios para la cocina en general. Ahora se busca algo más de calidad, antes el cliente se centraba más en el precio.

## ¿Cuál cree que son las claves para fidelizar a un nuevo cliente que

## Ilega al barrio?

La relación del precio y la calidad podrían ser la clave.

## ¿Cómo cree que los negocios de barrio sigan funcionando en el futuro?

Lo repito, creo que lo esencial es la calidad de los productos. El futuro del comercio local es centrarse en un tema concreto y, como decía, primar la relación calidad precio.



Av. Real de Pinto, 19 - **Villaverde Alto**



913 283 737



[www.cadena88.com/es/store/manoli](http://www.cadena88.com/es/store/manoli)



# Muebles Pinar, cuidar el precio sin renunciar a un mobiliario de diseño

**María Mora ayuda a sus clientes, siguiendo el trabajo familiar de varias generaciones, a encontrar muebles a buen precio en medio de la crisis de precios del sector.**

Por **Laura Gascón Serrano**

## ¿Cuánto tiempo lleva el negocio en el barrio?

Este negocio lleva más de 10 años en Villaverde. Antes lo llevaban familiares y ahora me lo he quedado yo. Conmigo a cargo lleva un año. Lo abrió mi abuelo en Vallecas, hace sesenta años, cerramos Vallecas y mi padre lo abrió aquí. Mi padre se jubiló y ahora estoy yo al frente.

Los inicios fueron muy complicados, los muebles se vendían en menor cantidad, pero mucho más caros porque eran mejores muebles.

## ¿Qué tipo de productos se puede encontrar el cliente en este negocio?

Aquí trabajamos el mueble low cost, muebles para todas las estancias de la casa, menos el baño, baratos. Tenemos muebles de diseño, pero en mucha menor cantidad.

## ¿Qué es lo que más define vuestro estilo de producto?

Muebles de una calidad bastante buena y barata, eso es por lo que más nos conocen. Aquí el cliente puede encontrar sofás, muebles de salón, mesas, sillas, sobre todo cocinas para pisos de alquiler. Nos enfocamos en una primera cocina, para cuando te mudas y no tienes dinero y te apañas con una cocina ocho o 10 años fácilmente. Habitaciones completas a muy buen precio, lo más esencial de una vivienda.

## ¿Cómo ha evolucionado la clientela?

Ahora buscan todo muy barato y con mucha comparativa de un negocio a otro. Las personas que antes compraban no son los que compran ahora. Ahora los que más compran son personas de alquiler, no personas que tengan una primera

vivienda, sobre todo personas de etnia gitana son los que más gastan en la vivienda.

## ¿Cuál crees que son las claves para fidelizar a un nuevo cliente?

Confianza, que le digas lo que le viene bien y lo que no. Yo les digo a veces que un producto no es para ese cliente. Que sepas lo que estás vendiendo, eso también es fundamental.

## ¿Cuál crees que es la clave para que el comercio sobreviva?

Que no se lo compare tanto con las grandes superficies. Un pequeño comercio no puede competir en la cantidad de personal ni en el precio. Tienes que valorar el trato, si consideras más importante unos euros arriba o abajo o si valoras el trato y que sepan lo que te están vendiendo. Tú vas a una gran superficie y si le preguntas a un vendedor qué es un mueble no sabe nada de él.

## ¿Cómo ves el futuro del comercio local en los próximos años?

Muy negro, sobre todo por las grandes cadenas e Internet. Son unos precios muy bajos, pero venden muchísimas cantidades. Estamos compitiendo con unas ganancias mínimas. Hay que vender muchas cantidades para tener un sueldo normalito.



C/ Paseo Alberto Palacios, 60 - **Villaverde Alto.**



91 110 90 82 / 622 20 94 39



[www.mueblespinar.es](http://www.mueblespinar.es)



[infomueblespinar@gmail.com](mailto:infomueblespinar@gmail.com)



Muebles Pinar Madrid

# Hermanos Pérez, los electrodomésticos mejor recomendados

**Javier Sáez, encargado, y su compañero, Ronald Rondón, son dos de las muchas caras visibles de Hermanos Pérez y puede que la razón por la que la tienda ha conseguido expandirse después de más de medio siglo de trabajo, siempre con la confianza de los clientes de su lado.**

Por **Laura Gascón Serrano**

**¿Cuándo abre el local y cómo fueron sus comienzos?**

**Javier:** Alrededor de unos 50 años. Siempre ha sido un negocio enfocado a los electrométricos. Al principio era una tienda más pequeña, poco a poco se fue ampliando, han introducido muebles de cocina, productos relacionados con el descanso, calderas... Y la tienda en sí se ha ido ampliando



do en cuestión de espacio. Esta es la primera, pero en la actualidad son ocho tiendas, más una página web. Se fueron abriendo progresivamente.

**¿Qué tipo de producto vendéis?**

**Ronald:** Todo lo que tenga que ver con electrodomésticos para casa, hogar, televisores, lavadoras, frigoríficos, aire acondicionado, muebles de cocina, colchones, bases, canapés, almohadas, cobertores y sábanas.

**¿Qué es lo que más define el estilo de producto?**

**Ronald:** Nuestros productos son los mejores del mundo. Somos una tienda de barrio que nos hemos mantenido a pesar del auge de las grandes superficies, pero es porque nosotros tenemos un buen soporte. Nosotros tenemos una post venta bastante buena, aunque es cosa de las marcas, al hacer de intermediarios estamos muy detrás del producto. Cada vez que hay un problema los clientes no llaman a la marca, nos llaman a nosotros.

**¿Qué tipo de producto busca el cliente cuando llega aquí?**

**Ronald:** Todos los electrodomésticos. Minipimer, licuadora, batidora. Como saben que tenemos colchones y muebles de cocina también aprovechan para mirar. Pero esta tienda está enfocada en electrodomésticos desde que nació.

**¿Cuál es el producto más vendido actualmente?**

**Ronald:** Aquí los productos más vendidos o estrella son estacionales. En invierno vendemos calderas a toneladas y en verano aires acondicionados y ventiladores. Siempre vendemos muchas lavadoras.

**¿Cómo ha evolucionado la clientela desde entonces?**

**Javier:** Al final, como les pasa a todas las tiendas de barrio, funcionamos mucho con el boca a boca. Los primeros vendedores, que estaban en aquella época en un barrio nuevo donde no había nada, convirtieron a esos primeros clientes en compradores fijos y ahora esos compra-





dores nos traen a sus hijos.

***“Yo llevo 23 años, he atendido a los abuelos, a los hijos y ahora estoy atendiendo a los nietos. Acabas generando una confianza con el cliente, le das un buen servicio, un precio adaptado a lo que hay en el mercado (incluso más económico) y la gente viene a buscar al vendedor por esa confianza que le ha dado la tienda del barrio”***

Muchas veces vuelven a la tienda, pero vienen a buscar al mismo vendedor que les ha atendido siempre, a la persona física. No somos una tienda que buzzoneemos, que salgamos en la televisión y la radio. Esta empresa se ha basado en dar un buen servicio y en el boca a boca, que es lo que hasta ahora nos ha mantenido en pie.

### **¿Cuáles son las claves para fidelizar a un nuevo cliente?**

Ronald: Nosotros no le mentimos nunca al cliente. Le damos mucha confianza respecto al producto que le vendemos. A nosotros si no nos gusta el producto no se lo aconseja-



mos. Tratamos de darle al cliente lo que quiere, dependiendo de cuanto quiera pagar y lo que busque. Aquí se siente bien atendido. Esta tienda es la fundadora, hay otra tienda en La Vaguada, pero se vende más a aquí estando en un barrio tan diferente a la Vaguada.

***“Aquí los padres que vienen recomiendan a los hijos y los hijos a los nietos”***

### **¿Cómo ves el futuro del pequeño comercio?**

**Javier:** Hace unos años los clientes dejaban el comercio físico y se iba a la web. Yo creo que, a raíz de la pandemia, gente que no había comprado nunca por web, empezó a comprar por web. Pero desde hace un año y pico, que pensábamos que la gente se habría acostumbrado a comprar por Internet, la gente está viniendo a la tienda. Hemos notado que muchos miran en nuestra página web los productos que buscan, pero al final vienen a la tienda física a comprar. Puede que sea cosa de nuestro sector, al final no es como una batidora, que si no sale de buena calidad al comprarla por Internet la inversión es de unos treinta euros; se tira y se compra una nueva. El producto que trabajamos aquí es de precio medio alto, los consumidores miran mucho por Internet, pero necesitan una atención comercial que le aconseje, algo que online no se consigue.



Calle Anoeta, 31, **Ciudad de los Ángeles.**



91 798 24 98



[www.hnosperez.com](http://www.hnosperez.com)



Hermanos Pérez



@hnosperez



@hnosperez

# Salud y Descanso, todo lo que necesitas para tu comodidad

Víctor Prieto ha trabajado toda su vida en el sector del descanso, su tienda llegó al barrio de Villaverde con una buena acogida que consiguió que muchos clientes no dejasen de visitarlo, incluso convirtiéndose en amigos, hasta la actualidad donde los gastos y la competencia dificultan el negocio, pero no apagan el buen trato y la confianza de Salud y Descanso.

Por **Laura Gascón Serrano**

## ¿Cuánto tiempo lleva el negocio en el barrio?

Abrimos en noviembre de 2016. Yo llevo toda la vida en esto, he trabajado muchos años en una gran marca. Siempre he trabajado en empresas relacionadas con el descanso y ya uno se cansa de trabajar para los demás. Al final decíamos "el jefe nunca aparece por aquí, yo prácticamente



fue dura.

Vendemos colchonería, almohadas y también tenemos tapicería, sofás, bases y canapés, todo lo que es el mundo del descanso.

## ¿Cómo ha evolucionado el negocio desde que empezasteis?

Como una noria, unos meses mejor y otros peor, pero el comercio es lo que tiene. Antes estaba más marcado por las estaciones, pero ahora es más irregular. También es verdad que tenemos mucha competencia en nuestro sector. Grandes firmas que están entrando y que hace que nos cueste un poquito más.

***“La atención personalizada que nosotros le ofrecemos al cliente no se la va a dar una gran superficie, ni se la va a dar una gran cadena, porque ellos van a números, nosotros vamos al cliente, nuestro objetivo es que vuelvan y que traigan a gente”***

Nosotros intentamos diferenciarnos así, con la atención cara a cara al cliente y dándole ese trato personal que no le da la gran superficie. A precio es más difícil competir porque las cadenas hacen compras masivas. No tenemos tanto presupuesto ni tenemos donde guardar 5.000 almohadas, por ejemplo. Con lo que nos desmarcamos es con la



llevo un negocio para ganar un triste sueldo y encima nunca están contentos". Me dije "busco un local yo y lo llevo por mi cuenta" y así hice.

## ¿Cómo fueron los inicios?

Tuvimos buena acogida, hicimos un estudio de mercado y vimos que el barrio necesitaba una colchonería, porque había dos, pero no cubrían las necesidades que cubríamos nosotros. Los primeros años estuvieron bien, aunque la pandemia



atención al cliente, desde que se hace la nota hasta que se entrega en casa.

### ¿Cuál crees que es la clave para que el comercio local siga funcionando?

Lo primero sería que los políticos se bajaran de la nube y vieran como nos tratan a los autónomos, porque tenemos cero ayudas. Al pasar la pan-



demia, por ejemplo, el primer requisito para recibir ayudas era que tuvieras los números de autónomos pagados. Si he tenido el negocio cerrado y no he tenido ingresos, cómo iba a pagar. Para que el comercio de barrio se mantenga tendrían que echar una mano de alguna manera, yo me siento maltratado en ese sentido.

El futuro del pequeño comercio creo que es echar el cierre, uno monta el negocio con mucha ilusión, pero luego es que te vas desilusionando con el tiempo. Es increíble, cualquier cosa que quieres hacer hay que pagar. Por ejemplo, nosotros cuando llevamos un colchón nuevo retiramos el antiguo. Entonces si yo quiero ir al punto limpio, que es en teoría donde lo tengo que dejar, yo tengo que pagar una tasa al ayuntamiento para

poder tirar los colchones. Me parece que es una tomadura de pelo.

Yo no puedo competir con grandes superficies, pero al menos ayúdame para que tenga para pagar los impuestos y llevar un sueldo a mi casa, no me pongas más trabas de las que ya tenemos. Todo sube y yo no puedo subir los precios como han subido desde la pandemia aquí, porque entonces perdemos a la clientela que queda.

### ¿Cuál es el tipo de producto que más busca la gente cuando viene aquí?

En sí es el colchón y que le asesores un poquito. El mundo del colchón ha evolucionado, hay muchos productos y muchos materiales. Nos diferenciamos por los colchones, más que nada, una vez que están dentro de la tienda y necesitan otras cosas nosotros estamos aquí tanto para ayudarles como para asesorarles.

**“Tenemos clientes que ya son casi amigos porque repiten y nos recomiendan. De lo que más orgullosos nos sentimos es de que la gente responde bien, que nos felicita y encima nos trae nuevos clientes”**

Nosotros no podemos hacer una campaña publicitaria grande y nuestra mejor campaña es esa, que la gente quede contenta y nos recomiende.



C/ de Martínez Seco, 7 - Villaverde Alto



910 408 887 / 605 586 059



[www.salud-y-descanso16.business.site](http://www.salud-y-descanso16.business.site)



@salud\_ydescanso

# En defensa de las pymes y su entorno

Por **Miguel Ángel de la Fuente**, Consultor

Hace tiempo que vemos cómo en la legislación se inserta un apartado de definiciones. Es que si no sabemos de qué estamos hablando, es imposible que la comunicación sea efectiva.

No siempre es fácil encontrar la fuente de referencia fiable. Frecuentemente se acude a la RAE, pero en este caso, para definir el concepto de PYME utilizaremos, además como referencia, otras fuentes. Recientemente hemos tenido que asistir a varios debates políticos en los medios masivos de comunicación, en gran medida bochornosos por la falta de rigor en los datos. En nuestro caso, intentaremos referirnos a datos oficiales de INE.

Comenzamos por los datos de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en el régimen de Autónomos, porque en gran medida estos datos corresponden al colectivo en el que nos vamos a centrar.

## Matizando los datos de autónomos

Cuando nos hablan de los autónomos, no se matizan los aspectos de la actividad profesional que llevan a encuadrar a una persona en este grupo. Porque autónomo es tanto el administrador de una empresa, como un trabajador dependiente (TRADE) que ingresa - factura más del 75 % con un solo cliente, como el trabajador sin trabajadores a su cargo, como el que está dado de alta para cotizar para la futura pensión de jubilación pero que no ejerce actividad profesional,....

Además, en otro apartado del régimen de afiliación a la SS como autónomos encontramos otros colectivos con regímenes diferentes al general. Un ejemplo es del Sistema Especial de Empleados del Hogar. Como curiosidad, estos son algunos datos de este grupo.

### Afiliación de trabajadores al Sistema de la Seguridad Social TRABAJADORES AFILIADOS :Regímenes de la Seguridad Social

#### Regímenes de la S. S. : Régimen Especial de Trabajadores Autónomos

Datos a último día del mes

|      |            |           |
|------|------------|-----------|
| 2022 | Enero      | 3.307.116 |
| 2022 | Febrero    | 3.314.413 |
| 2022 | Marzo      | 3.315.545 |
| 2022 | Abril      | 3.336.209 |
| 2022 | Mayo       | 3.339.548 |
| 2022 | Junio      | 3.338.395 |
| 2022 | Julio      | 3.337.846 |
| 2022 | Agosto     | 3.318.811 |
| 2022 | Septiembre | 3.318.575 |
| 2022 | Octubre    | 3.324.593 |
| 2022 | Noviembre  | 3.322.992 |
| 2022 | Diciembre  | 3.324.048 |

### Afiliación de trabajadores al Sistema de la Seguridad Social TRABAJADORES AFILIADOS :Regímenes de la Seguridad Social

#### Regímenes de la S. S. : Régimen/Sistema Especial de Empleados del Hogar

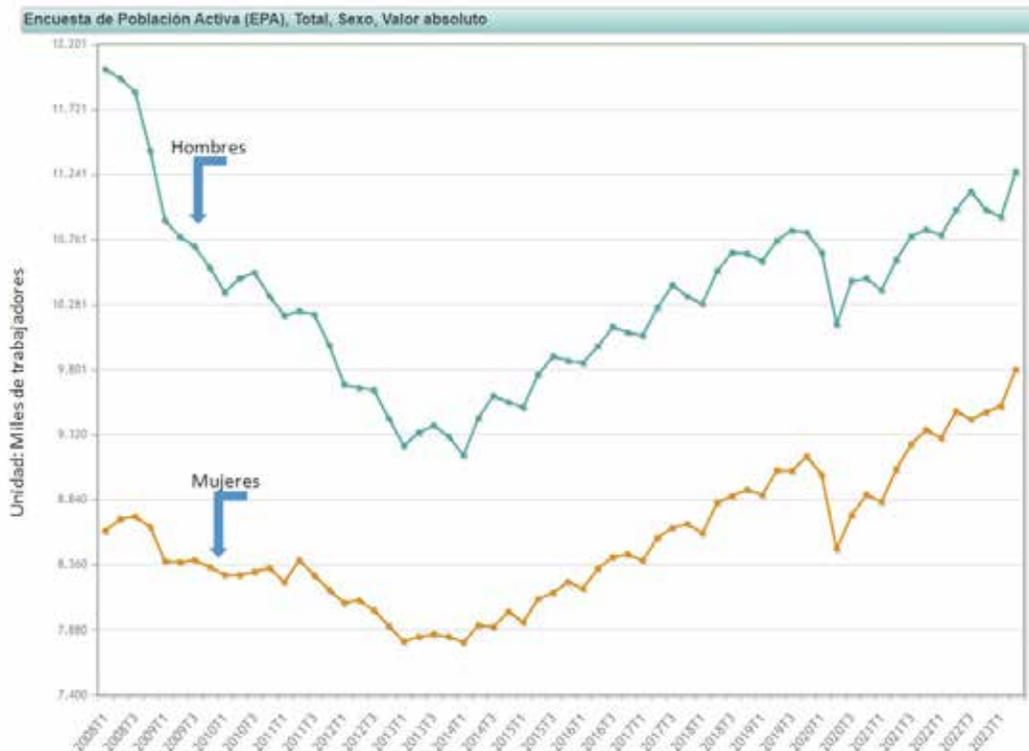
Datos a último día del mes

|      |            |         |
|------|------------|---------|
| 2022 | Enero      | 376.278 |
| 2022 | Febrero    | 376.240 |
| 2022 | Marzo      | 376.015 |
| 2022 | Abril      | 377.926 |
| 2022 | Mayo       | 375.800 |
| 2022 | Junio      | 374.583 |
| 2022 | Julio      | 374.923 |
| 2022 | Agosto     | 368.848 |
| 2022 | Septiembre | 367.718 |
| 2022 | Octubre    | 370.510 |
| 2022 | Noviembre  | 372.878 |
| 2022 | Diciembre  | 375.515 |

## Trabajadores en activo

En el gráfico siguiente se observa cómo ha sido la evolución del número de trabajadores activos, es decir los que cotizan a la Seguridad Social, desde el 2008 hasta el primer trimestre del 2023. Este gráfico nos permite ampliar el foco más allá de los autónomos buscando centrar la exposición también

en las PYME.



### Definición y más datos sobre la PYME

En una directiva europea se establecen varias categorías de PYME, y en particular, microempresa se define así: "En la categoría de las PYME, se define

... una empresa que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general anual no supera los 2 millones de euros." (Recomendación de la Comisión, de 6 de mayo de 2003...)

Hay que tener en cuenta que la realidad económica, y en particular de creación y desaparición de empresas es muy dinámica. En esta tabla se muestra la variación anual de algunas situaciones respecto a las sociedades mercantiles.

#### Sociedades mercantiles - Mayo 2023

|                                | Valor                                     | Variación mensual                       | Variación anual                         |
|--------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| Sociedades creadas             | 10.404 <span style="color: red;">↑</span> | 20,7 <span style="color: red;">↑</span> | 13,9 <span style="color: red;">↑</span> |
| Sociedades que amplian capital | 2.745 <span style="color: red;">↑</span>  | 21,6 <span style="color: red;">↑</span> | 11,8 <span style="color: red;">↑</span> |
| Sociedades disueltas           | 1.702 <span style="color: red;">↑</span>  | 10,5 <span style="color: red;">↑</span> | -1,6 <span style="color: red;">↑</span> |

Por tanto, a efectos de una aproximación como la que corresponde en este breve artículo, podremos concluir que en España hay unos tres millones de PYME, sólo a efectos de visualizar algunos datos "grosos".

Estas microempresas, en las que queremos centrar la atención, representan a muchos trabajadores. Aunque es imposible una estimación exacta, podemos establecer que representan unos 10 millones de trabajadores, considerando una media de 3 trabajadores por empresa e incluyendo a los autónomos que podrían no estar en el registro PYME.

### **Aproximación a los costes y sus repercusiones laterales**

Ahora fijémonos en los costes comunes a la mayoría de PYME que mensualmente o anualmente asumen, y veremos que cada PYME está vinculada a otras muchas empresas, mayoritariamente también pequeñas organizaciones o autónomos.

“La pérdida de una PYME o de un autónomo, afecta a muchos más trabajadores de manera indirecta, de los que aparenta de forma directa”.

De forma que el entramado empresarial se soporta en una red de PYME interconectadas, por lo que la desaparición de un elemento, es decir de una de estas microempresas o autónomos, tiene mucha más incidencia de lo que podría pensarse en una observación inicial. Esta es la tesis que queremos sostener en este artículo.

Aunque la casuística es muy amplia, y básicamente dividida en función del sector: primario, de transformación, servicios,..., podríamos hacer la síntesis de una “empresa tipo”, aunque resulte un poco forzado, pero suficiente a los efectos de comprender la idea central, esto es: “la pérdida de una PYME o de un autónomo, afecta a muchos más trabajadores de manera indirecta, de los que aparenta de forma directa”. Efectivamente, cada PYME o autónomo está sometido a la carga de costes de algunos o de muchos de estos servicios.

Repasemos algunos conceptos o aspectos del negocio a los que hay que atender, e imaginemos, en este breve artículo no se puede profundizar más, su repercusión en el proveedor que lo suministra.

**Mercancía principal:** A veces, la mercancía principal es suministrada por otra PYME o autónomo que la genera o que intermedia en su distribución.

En este apartado hay que contemplar, por ejemplo el caso del comercio en el que la mercancía que vende procede de muy pequeñas, pequeñas o medianas empresas. Ejemplo, una charcutería, panadería, venta de ropa, etc.

**Suministros complementarios:** En cualquier empresa se requieren comprar elementos auxiliares que proporcionan otras empresas a veces pequeñas. Ejemplo, las bolsas utilizadas en el comercio.

**Servicios de comunicación:** Estos servicios sí suelen proporcionarlos grandes empresas, aunque su distribución se realiza a través de escalones intermedios. Nos referimos a la telefonía, acceso a datos e Internet,...

**Seguros:** En este apartado aparecen frecuentemente los corredores de seguros que suelen ser pequeñas organizaciones.

Perder una póliza de un autónomo o de una microempresa no es un gran trastorno para la cartera del corredor, pero no deja de ser una pérdida. Cuando se acumulan varias bajas seguidas en una cartera de un corredor en poco tiempo, se resiente un “patrimonio comercial” que no es fácil de compensar.

**Transporte propio:** Cuando se dispone de un vehículo, o varios en algunos casos, las sustituciones de piezas, ITV, mantenimientos, etc., son un coste que frecuentemente incide en algún taller cercano al negocio.

El cierre de una tienda, despacho, establecimiento en cualquier formato, va a suponer la pérdida de

un ingreso para el proveedor habitual.

**Logística externalizada:** Cada vez más la logística, referida al transporte de mercancías de un punto a otro, ha adquirido más protagonismo porque es otro de los servicios externalizados.

Perder un punto de entrega en una ruta para una microempresa, que suele ser frecuente en el sector de la logística, puede llegar a tener un cierto impacto.

**Limpieza, servicio antiplagas, mantenimiento, etc.:** Cuando se externaliza la limpieza, la desratización - desinsectación y/o el mantenimiento de ciertas instalaciones, por ejemplo frigoríficas, perder ese servicio puede ser una pequeña pérdida no deseable para el proveedor.

Como idea general digamos que: captar un cliente supone un esfuerzo que requiere un tiempo de "amortización".

**Asesoría en la gestión empresarial:** Especialmente cuando se opera con una sociedad, y/o cuando se dispone de trabajadores o cuando la contabilidad adquiere cierto grado de complejidad o cuando es exigible la intervención de un gestor profesional, el coste de gestión externa es un dato que involucra a varios profesionales especializados.

De forma coloquial, en este apartado se pretende incidir en la repercusión que tiene principalmente en la contabilidad, nóminas, fiscalidad,...

**Prevención de riesgos laborales:** Un aspecto poco comprendido que se apoya en el asesoramiento de un Servicio de Prevención Ajeno, al menos para la especialidad denominada: Vigilancia de la Salud.

Hay que hacer la consideración de que este apartado no es de aplicación en el caso de ciertos autónomos contemplados en la legislación.

**Servicios especializados:** Por no extender más esta relación, hagamos mención de algunos otros servicios especializados, a veces periódicos o puntuales, a los que en la mayoría de negocios hay que recurrir: seguridad, mantenimiento de equipos de incendios, revisión de equipos informáticos, asesoramiento jurídico, sistema de protección de datos, etc.

## **Conclusión**

Muchos de estos servicios son ofertados por PYME o autónomos. La pérdida de un cliente acaba teniendo más o menos impacto económico, pero en cualquier caso una repercusión a corto o medio plazo.

Por dejar una imagen sintética de "trazo grueso", podríamos decir que la desaparición de una PYME o de un autónomo puede llegar a impactar en un mínimo de 10 ó 20 proveedores externos, dependiendo del grado de externalización de ciertos servicios.

Todo esto significa que las PYME y por extensión los autónomos, son el primer escalón que hay que proteger si pretendemos mantener los puestos de trabajo que representan o a los que están vinculados, directa o indirectamente.

Por eso sorprende que se incida tanto, excesivamente, en la repercusión del empleo de las grandes empresas, sin considerar que la microempresa, y frecuentemente el autónomo, también representan una importante aportación al empleo.

La impresión es que muchos de los gestores políticos que nos ha tocado "padecer", por haberlos elegido claro, no son conscientes de esta realidad de las PYME. Pero puede ser sólo una impresión equivocada..., dejémoslo ahí.



[WWW.COMERCIOVILLAVERDE.COM](http://WWW.COMERCIOVILLAVERDE.COM)

CON LA FINANCIACIÓN DE



PROMUEVE

