

MUJER Y EMPRESARIA ILUSIÓN POR UN NEGOCIO PROPIO

Amparo Medina, la primera empresaria de "El Mirador"

Esta empresaria conquense confía en las posibilidades del futuro Centro Comercial, porque este tipo de superficies se destinan también al ocio, y por eso atraen a mucha más gente

EOT
CUENCA

Joven, pero con más de ocho años de experiencia en la venta de ropa. Así es la primera mujer empresaria que se ha decidido a alquilar un local en el futuro Centro Comercial, El Mirador, que abrirá sus puertas en Octubre del año que viene.

Un local de 142 metros cuadrados, y ocho de escaparate, son las bazas con las que esta conquense pretende desafiar a imperios afianzados como Zara o Mango.

Asegura que no le da el más mínimo miedo competir con éstas marcas, porque "además de calidad y buen precio, yo ofrezco mucha variedad. Renovamos muestrario cada semana, porque hay mucha oferta donde elegir y tener opciones a la hora de vestir, es bueno, sobre todo, en una ciudad pequeña como ésta", asegura, "No importa que se encuentre un poco más alejado del centro", finaliza.

Se decidió por El Mirador, porque confía plenamente en los Centros Comerciales. "Un Centro Comercial siempre atrae gente. No es sólo un lugar de compras, sino también un lugar de ocio, y los que se acerquen allí, quieran o no quieran verán nuestra tienda".

ZAMARA, es el nombre que eligió su hija para la incipiente cadena de tiendas de ropa que está construyendo a un ritmo vertiginoso. No hace demasiado tiempo que abrió las puertas de su primera sucursal en la localidad conquense de Tarancón, y el próximo día tres de diciembre, inaugurará una segunda en Quintanar de la Orden.

La tercera no se hará esperar (porque ya están buscando local), aunque esta vez probarán suerte en Ciudad Real.

Pero sin duda, de todos estos futuros proyectos de apertura, el que más ilusión le hace es la tienda que abrirá en EL MIRADOR, "Yo nací aquí, y siempre he

querido abrir un negocio en Cuenca. Ahora, sin duda, es el momento idóneo", asegura Amparo Medina.

En ZAMARA podremos encontrar ropa para todos los gustos, desde las últimas tendencias, hasta lo más clásico, aquello que por su elegancia nunca pasa de moda. Y no sólo para las señoras, sino también, para los caballeros.

Un proyecto y una ilusión

Amparo Medina no se considera una persona ambiciosa. Confiesa que lo que realmente la convenció para dar el salto, de dependiente, a empresaria, es la ilusión por hacer cosas nuevas.

Cuando se planteó la posibilidad de convertirse en su propia jefa, no sabía que se iba a encontrar con tantas dificultades. "Es muy difícil conseguir apoyo económico. Ni los bancos ni las Instituciones suelen confiar en este tipo de iniciativas. No obstante no me amedrenté y seguí adelante. Finalmente apostaron por mí y ahora empiezo a tener lo que deseaba", comenta Amparo, quién, además, quiere dar un consejo a todos los jóvenes que como ella se han planteado algo así. "Que lo hagan. Que no se acobarden. Ahora que somos jóvenes es el momento de intentarlo".

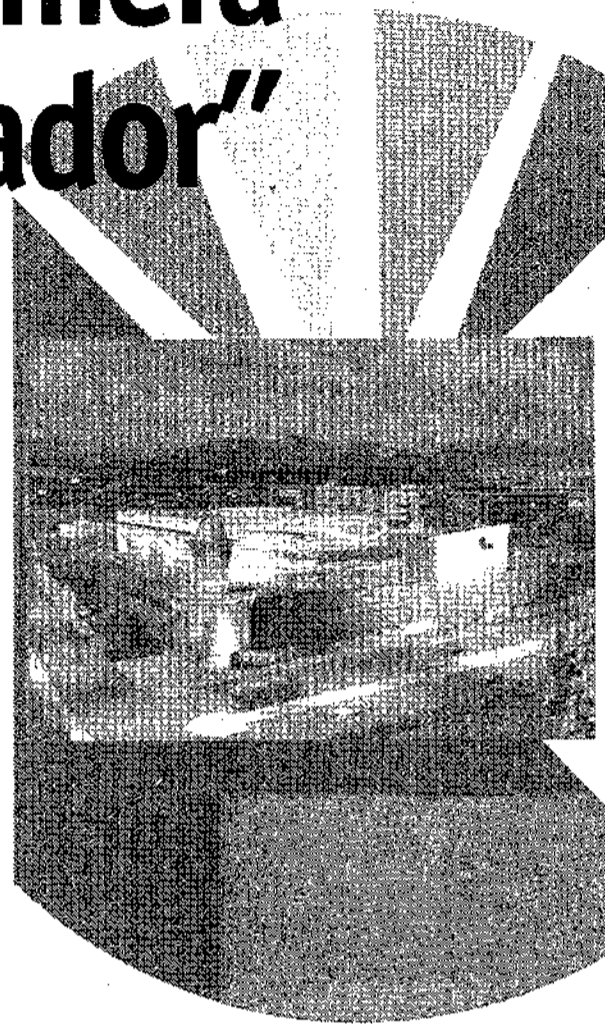
Su meta es abrir ocho tiendas. Considera que es el número perfecto para tener una fluidez de negocio, y a la vez poder controlarlas todas de cerca, "tendríamos una encargada por tienda, con dos dependientes a su cargo, en la que nos apoyaríamos para gestionar el comercio. Al fin y al cabo, ellas son las que están más en contacto con el público y saben en todo momento que ropa puede tener más o menos salida, independientemente de las líneas que te marque "la moda". Lo sé porque yo he sido dependiente durante muchos años. Pero de la gestión con los mayoristas, de la búsqueda aquí y allá de ropa de calidad, me seguiría encargando yo. El volumen de trabajo que generan ocho sucursales es grande, pero viable", asegura Amparo Medina.

Los resultados

De momento el riesgo que Amparo Medina ha asumido está dando buenos resultados.

El negocio que tiene en Tarancón funciona. Incluso, asegura que ya se ha hecho con una clientela fija. "Es importante, además de ofrecer calidad, variedad y buen precio, ser honesta con los clientes. Si a una señora la dices, con el único objetivo de vender, que un pantalón le queda bien, cuando no es verdad, puede que esa vez te compre el pantalón, pero desde luego, que cuando se de cuenta de que a has engañado, y lo hará, ya no volverá a entrar en tu tienda. Y así no haces clientes", comenta.

De todas formas, Amparo, como empresaria, sabe que mantener el nivel de ventas de un comercio, y más de ropa, es un trabajo continuo. "Hay meses muy buenos, como diciembre, y meses pésimos, como por ejemplo, noviembre. Además, que la tienda esté llena, es señal de que tienes buen género, pero no significa necesariamente que todo el mundo te vaya a comprar. a veces es mejor, que entren pocos clientes, pero que esos pocos clientes, compren, a que tengas el comercio lleno, y al final del día, no



EL MIRADOR

DE CUENCA

hayas hecho una buena caja", sentencia. Además, afirma, "tener más de una tienda, te permite jugar un poco con el género, y equilibra gastos y beneficios ¿quién te dice que un traje que no tiene salida en Tarancón, no pueda venderse aquí?. La gente tiene gustos distintos".

El Mirador

La verdad es que acudieron a la presentación del Centro Comercial El Mirador, con el fin de mirar locales para otra cadena de ropa. La otra tienda no se decidió, pero Amparo Medina, creyó que alquilar un local en ese nuevo centro sería positivo para su negocio, y decidió quedárselo ella. Desde luego no se arrepiente de su elección.

"La mayoría de los comerciantes de carretería, llevan aquí toda la vida. Son reacios al cambio. Por eso muchos no se han decidido a mudarse a El Mirador, pero no saben lo que se les viene encima. La experiencia en otras ciudades, me confirma que un centro de las características de El Mirador, es sin duda, una buena opción para el comercio", comenta Amparo, quién no cree, además que la futura peatonalización de carretería pueda revitalizar el comercio del centro "será una obra bonita. Pero costosa e incómoda. Durante las obras, con toda la calle levantada, y los máquinas de un lado para otro, seguramente no tengan ventas, y después, y una vez finalizadas éstas, nadie les asegura que les vaya a ir mejor".

- "Es muy difícil conseguir apoyo económico. Ni los bancos ni las Instituciones suelen confiar en este tipo de iniciativas"
- "es importante, además de ofrecer calidad, variedad y buen precio, ser honesta con los clientes"