

## LAS VIANDAS DE JULIÁN, RECONOCIDA COMO MEJOR CARNICERÍA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- El Reconocimiento, otorgado por Carnimad, fue entregado el pasado 23 de mayo durante el Encuentro de carniceros, charcuteros, polleros y casqueros de la Comunidad de Madrid.
- Las Viandas de Julián fue una de las primeras carnicerías del mundo en vender a través de Amazon, aunque su punto de diferenciación no viene de esta vía de venta *online*, ni si quiera de su excelente producto, sino del trato cercano y personalizado que ofrecen en este puesto del madrileño Mercado de la Paz, que ha sabido renovarse sin perder su esencia.

Madrid. 09.06.2022– Las Viandas de Julián, carnicería–charcutería situada en el Mercado de La Paz de Madrid, recibió el pasado 23 de mayo el Reconocimiento como Mejor Empresa del Comercio Especializado de la Carne y sus Derivados en La Comunidad de Madrid, otorgado por la Organización que representa a los carniceros, charcuteros, polleros y casqueros en este territorio, Carnimad. Una profunda reforma de sus instalaciones, un rediseño de su imagen de empresa y logo, una fuerte apuesta por la digitalización logrando estar presentes en varias plataformas de venta *online* (entre ellas Amazon, donde fueron una de las primeras carnicerías del mundo en vender), además de un recién estrenado *ecommerce* y sus cuidadas redes sociales, junto a un profundo interés por la formación continua tanto de los empleados como de su propio Gerente, han llevado a Las Viandas de Julián a lograr este reconocimiento.

Antonio Peña, Gerente del Grupo Peña y vocal de la Junta Directiva de Carnimad, fue el encargado de entregar este reconocimiento a Julián López, Gerente de Las Viandas de Julián. quien participó como caso de éxito en la mesa redonda “El sector en coma... ¿qué hacen los que se diferencian?”, organizada por Carnimad y con la que la Organización buscaba ahondar en las problemáticas a las que se enfrenta el sector y las diversas formas de combatirlas a través del progreso y la evolución. En este sentido, Julián reconocía que para ellos fue fundamental mirar más allá de la facturación y poner el foco en el detalle, la imagen y la diferenciación porque, aseguraba: “hubo un momento que íbamos a morir de éxito. Nos iba fenomenal, pero nos encontrábamos perdidos, sin rumbo, sin ilusión, sin un objetivo por el que seguir adelante, porque no podíamos seguir centrados solo en las ventas. Entonces, paramos y nos planteamos qué queríamos hacer, y empezamos a poner el foco en el detalle, en cuidar las pequeñas cosas que nos hacían más cercanos y mejoraban nuestra imagen, no solo en la facturación”.

Una forma de entender el negocio que va más allá de la parte económica, que queda en un segundo plano frente a los valores de trato especializado, artesanía y proximidad que ofrece el comercio especializado y que, tal y como reconocen desde Las Viandas de Julián, les reconfortaban mucho más.