

# El ultramarinos con más solera

25.04.10  
JAVIER DYSART

El nieto de los fundadores, Petra Cámara y Anselmo Lázaro, sigue al frente del negocio en la avenida del Puente Carlos III  
La octogenaria tienda 'La Petra' sobrevive gracias al relevo generacional

'La Petra' es una clásica tienda de ultramarinos, fundada en 1928, que a pesar de la transformación que han sufrido este tipo de actividades continúa funcionando en la ciudad con bastante buena salud. Desde hace alguna década suele resultar extraordinario descubrir en los núcleos urbanos negocios comerciales de los denominados 'ultramarinos'. La viabilidad de este tipo de tiendas, que hace ahora poco más de treinta años eran habituales, cesaron en su actividad por circunstancias varias. En algunos casos, y a pesar de la antigüedad del negocio, la jubilación de los regentes determinó el fin de la etapa. En otros, se hizo por razones de competencia. El factor que posiblemente tuvo mayor incidencia en la desaparición de los ultramarinos fue la implantación de las grandes superficies comerciales. En el caso que nos ocupa, tras 82 años de actividad, los relevos generacionales de 'La Petra' han sabido capear con éxito todas las etapas difíciles. También ahora parece que afrontan con buen grado de salud los tiempos de crisis que vivimos.

Allá por los años 20 llegó a Reinosa la familia de Anselmo Lázaro y Petra Cámara. Provenían de la localidad burgalesa de Huerta del Rey y se afincaban en la entonces villa reinosana con experiencias comerciales desempeñadas, primero, en Reocín de Los Molinos, y posteriormente en Los Carabaos. En estas idas y venidas del periplo, tuvieron nueve hijos, tres de los cuales nacieron en Reinosa. En un primer momento, la señora Petra regentó un comercio de frutería y venta de artículos de barro, que se ubicó en diferentes locales de la avenida del Puente Carlos III. En 1928 se estableció en su actual ubicación de la misma avenida.

En la 'Frutería La Petra', la matriarca de la saga demostró sus innatas habilidades comerciales, por lo que fue variando su formato al típico comercio de ultramarinos de la época. A finales de los 50, Anselmo, el hijo más pequeño de la numerosa familia, fue el que al lado de su esposa, María del Carmen González, continuó con el negocio. En los 70, y debido a la enfermedad de Anselmo, su esposa, emulando a su suegra Petra, toma las riendas. Unos años más tarde de nuevo se vuelve a repetir la historia y es otro Anselmo, el menor de los hijos de Anselmo y María, el que sigue actualmente llevando el timón y dando continuidad al negocio.



Foto de 1945, (de izda. a dcha.) con Manolita Lázaro, una amiga, Anselmo Lázaro, Petra Cámara, Agustín Lázaro y un amigo de la familia. :: DM



Vista actual de ultramarinos 'La Petra' con Anselmo Lázaro al frente. La vieja balanza convive con la nueva, pero preside el mostrador. :: DM

## «Calidad y atención al cliente son las claves del éxito»

### Anselmo Lázaro Propietario de la tienda 'La Petra'

25.04.10 - 00:15 -

J. D. | REINOSA.

Para el sucesor de La Petra, Anselmo Lázaro, el único secreto para mantener con éxito la actividad casi centenaria de un negocio así es «constancia, calidad del producto, y personalización en la atención. Son factores que aprendí de mis padres y me consta que éstos aprendieron de los suyos, con unas técnicas de venta que, si bien no se han transmitido vía genética, sí se aprenden al haber crecido detrás del mostrador, y todo ello genera una idiosincrasia que probablemente se ajuste a las necesidades de nuestra clientela».

#### -¿Cómo es la clientela de este ultramarinos?

-Vivimos en el mundo de la información y esto se nota en que la clientela es más conocedora de lo que busca. Alguien podría pensar que esto dificulta la venta porque el cliente es más exigente, pero es justo lo contrario, ya que el cliente sabe lo que quiere y cómo lo quiere. Una de las cosas que más aprecian es la especialización y la calidad de los productos.

#### -¿La Petra es la clásica tienda de barrio o es algo más?

-Es verdad que su espíritu es el de comercio de cercanía que pretende mantener el sabor a tienda tradicional, que hoy más que nunca desprende entre tantas grandes superficies. Pero al ubicarse en la arteria principal del comercio reinosano y ser nuestra ciudad cabeza de comarca, siempre ha tenido una clientela muy extendida. Es un comercio abierto a nuevas realidades y con una clientela de toda la vida. Cuento como anécdota que hace poco estaba la tienda llena de clientas y les comenté que 25 años atrás podría haberme encontrado las mismas caras. Esta fidelidad es una de las cosas que me hacen sentir más orgulloso de mi negocio.

#### -¿Cómo nota la crisis un negocio tradicional?

-La crisis afecta a todos los negocios. Los consumos son más moderados que en otros tiempos de bonanza. No obstante hay mucha gente con una economía doméstica limitada que prefiere ahorrar en otros gastos y no en la comida. El 'buen comer' es algo que cada vez se aprecia más.