



Lencería SEYCE



Lencería Seyce es un negocio familiar que fue fundado por D. Cándido Cervero Menéndez y por su esposa, Dña. Hortensia Hermida González, bajo el nombre de “Sederías Seyce” (con telas y confección). El negocio estaba situado en la plaza de la Escandalera, en el edificio donde, hoy en día, se encuentra Seguros Santa Lucía. Con el paso del tiempo, comenzó a dedicarse a interiores y lencería.

Al fallecer Cándido, su esposa Hortensia fundó un segundo Seyce en la calle Río San Pedro, 1, regentado por su nieta M^a Jesús Cervero Alonso, desde 1985.

Desde entonces, dirige el local con el apoyo de “una clientela de toda la vida”. Esta confianza se debe a que trabaja para conseguir las prendas que mejor se ajusten a cada cuerpo. Y, actualmente ofrece ropa interior para todas las tallas.





Para María Jesús, las redes sociales sirven para dar a conocer los productos y activar el recuerdo de los mismos entre la gente que te sigue. Aprovechó los meses de confinamiento para embarcarse en lo que ella llama "esta nueva aventura". Comenta que empezó a usar redes sociales para darle un nuevo servicio a su clientela.

Considera que "pese a que supone un esfuerzo extra, merece la pena y da resultados".

"Se trata de una manera eficiente de ampliar la visibilidad de tu negocio, con un escaparate virtual sin límites que se puede visitar desde cualquier lugar", afirma.

Respecto a su participación en DICA destaca "la gran ayuda y la paciencia que tuvieron conmigo". Durante su proceso de digitalización tuvo que aprender a cómo publicar sus productos, ya que al tratarse de una lencería, muchas fotografías no cumplen las normas de Facebook y por tanto, no se pueden publicar en ningún perfil de Meta, lo que incluye también Instagram.

Uno de los mayores cambios que María Jesús vio al empezar a usar redes es que su clientela empezó a consultar sus novedades en los propios perfiles e incluso, a veces, le enseñan directamente la foto del producto que les interesa.

Esta lencería tradicional ha creado una tienda en redes sociales, sincronizando los catálogos de productos con el de la tienda online a través del pixel de Facebook.

