

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,  
INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E  
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO  
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

## Comerciantes minoristas animan a participar en los programas de apoyo al sector

*El programa de comercio rural y el de diagnósticos comerciales han centrado una nueva jornada de los Viernes de Desarrollo Económico*

Viernes, 01 de febrero de 2019

Comerciantes minoristas participantes en los programas de apoyo al comercio rural y a la realización de diagnósticos comerciales han relatado hoy, en el marco de la jornada de los Viernes de Desarrollo Económico, sus positivas experiencias y la oportunidad que ha supuesto para sus negocios las iniciativas del Gobierno de Navarra.

En la cita, que ha sido abierta por la directora general de Turismo y Comercio, Maitena Ezkutari, se han presentado dos actuaciones promovidas el pasado año, en el marco del Plan de Impulso del Comercio Minorista de Proximidad (2018-2020). Se trata del programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”, gestionado por CEIN, y el proyecto de “Diagnósticos comerciales”, desarrollado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Navarra.

### Programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”

Con el programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”, la Dirección General de Turismo y Comercio pretende ayudar a los y a las comerciantes que apuestan por el valor de lo local, que tienen un gran arraigo a su pueblo y a su entorno y que apuestan por una forma de vida, asumiendo el compromiso de superar las dificultades añadidas que supone liderar un negocio en pequeñas poblaciones.

La iniciativa, desarrollada con la colaboración de las agencias de desarrollo de Navarra, inició su andadura en mayo de 2018. Su objetivo, ofrecer al comercio rural de las poblaciones de menos de 2.500 habitantes, un servicio de acompañamiento, asistencia y formación en el proceso de transformación de sus negocios conforme a un nuevo modelo de gestión, orientado a analizar y responder a las necesidades de su clientela, residentes y turistas.

Cabe indicar que 212 municipios de Navarra, el 78%, cuentan con menos de 2.000 habitantes. De ellos, 184 municipios (68%) cuentan con algún comercio, pero en el 32% restante no hay ninguno.

Dos participantes en el programa, Koldo Uribe-Etxebarria y Mayte Iriarte, comerciantes de Erratzu y Ochagavía / Otsagabia, respectivamente, han relatado su experiencia. Iriarte, emprendedora de Erletxo Denda, ha explicado el impulso que ha supuesto para su negocio, el trabajo realizado bajo el programa Comercio Rural: “He puesto en práctica lo que me han enseñado y ¡funciona!. No es fácil abrir una tienda

en el Pirineo y me he dado cuenta que la formación es primordial; estar acompañada por profesionales es un lujo y cuando ves que los resultados llegan, te dan ganas de seguir innovando”, ha dicho.

También Uribe-Etxebarria, propietario de Altxuko Denda, ha valorado la utilidad de participar en el programa, “tanto para llevar a cabo acciones que tenía en mente, como recibir ideas que yo no contemplaba, como mejorar mi presencia on line”.

Por su parte, Margari Cueli, directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y el Comercio, ha destacado que el comercio rural “además de su función económica, posee un carácter profundamente social, por lo que es fundamental dinamizar las zonas rurales con la puesta en marcha de iniciativas que modernicen y transformen el modo de hacer comercio”.

### **Programa “Diagnósticos comerciales”**

Este programa, dirigido a todo el comercio minorista de proximidad, proponía la elaboración de diagnósticos de las empresas comerciales a fin de adecuar sus modelos de negocio, estructuras organizativas y productivas y lograr, con ello, aumentar su competitividad.

En el marco del programa se analizaban las distintas áreas de trabajo e influencia en el establecimiento: estado y características, entorno, diseño del propio establecimiento, gestión empresarial, análisis de su oferta, clientela, etc. Este análisis exhaustivo finalizaba con una propuesta de acciones de mejora.

En esta ocasión, las experiencias han corrido a cargo de Iñaki Morrás, gestor de la Floristería Torrens, de Pamplona / Iruña, y de María Mendía, propietaria de la Tienda de Fran, en Artajona.

Según ha relatado Iñaki, “sentíamos la necesidad de tener a alguien externo que nos dijera lo que esta bien o lo que no está tan bien. De esta “auditoria”, uno aprende mucho de su propio negocio y viene muy bien para actualizarlo. Todos tendríamos que entrar en este tipo de programa”.

Por su parte, María ha asegurado que “queríamos que alguien exterior nos dijera nuestros puntos fuertes y puntos débiles para trabajar el futuro. Hemos pasado la crisis y queremos seguir con nuestro negocio y mejorarlo”.

Respecto a los diagnósticos comerciales, el jefe de la Sección de Ordenación del Consumo y Artesanía y Ayudas Económicas, Juan Carlos Vicuña, ha incidido en la importancia de estas iniciativas, ya que “es necesario –ha dicho- aumentar la capacidad competitiva y de innovación del comercio en todas sus zonas y sectores, mediante acciones encaminadas a mejorar la gestión y la imagen de los negocios, aumentar el nivel de formación e implantar la cultura de la calidad, entre otros aspectos”.