

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El Gobierno de Navarra anima a la ciudadanía a realizar las compras navideñas en pequeños comercios

Lanza la campaña publicitaria “Pequeño comercio, grandes personas” para destacar los valores de las tiendas de proximidad

Jueves, 19 de noviembre de 2015

“Denda txikiak, pertsona handiak” – “Pequeño comercio, grandes personas” es el lema de la campaña publicitaria que va a activar hasta final de año el Gobierno de Navarra para incentivar las compras de las fiestas navideñas en el pequeño comercio, un sector que “vertebra barrios y pueblos”, genera empleo de calidad y ofrece un servicio con un rasgo diferenciador, la “cercanía”.



El vicepresidente Ayerdi, con un grupo de comerciantes que participan en la campaña.

El vicepresidente de Desarrollo Económico, Manu Ayerdi, la directora general de Turismo y Comercio, Maitena Ezkutari, y Daniel Rosino, de la librería Walden de Pamplona, han destacado estos valores durante la rueda de prensa de presentación de esta actividad promocional, que ha contado con la participación y colaboración de 22 comercios de Alsasua, Tafalla y Pamplona.

La campaña consiste en la difusión hasta final de año de un spot de 20 segundos en las 55 salas comerciales de cine de la Comunidad Foral y televisiones regionales (Navarra TV y Nafartelebista). También habrá cuñas de radio en las principales emisoras de la Comunidad Foral (Ser, Onda Cero, Cope, Euskalerría Irratia y Xorroxin Irratia); anuncios en los periódicos Diario de Navarra, Diario de Noticias, Berria y Gara; y en las revistas locales. Los materiales también se viralizarán en las redes sociales. El presupuesto ronda los 70.000 euros.

Tiendas de barrio y productos locales

La pieza principal es un spot de 20" en el que comerciantes de Alsasua y Tafalla, de sectores variados van componiendo una frase sobre las fortalezas de unos negocios que juegan un destacado papel social en ciudades y pueblos, ofreciendo la idea de que las pequeñas tiendas forman un gran comercio.

Los 22 comercios que han participado en la campaña bien como protagonistas del spot o como colaboradores son, de Alsasua, Asensio Moda, La Cigüeña, Librería Arkatz, Mercería Iulene, Óptica Sakana, Carnicería J.A. Galarza, zapatería Pinpilinpausa, Cortinas Izara, Tipitapa, Confecciones María Luisa y Carnicería Sebastián. Y de Tafalla, Ultramarinos Baztán, Ópalo Zapatos, Floristería Acacia, Decocina, Cerrajería Tafalla, Demetrio Delikatessen, Librería Idazti, Rekarte Boutique, Música Informática y Joyería Rosino, así como la librería Walden de Pamplona.

También han colaborado las asociaciones de comerciantes de las dos localidades mencionadas. Al término del acto, el consejero Ayerdi ha agradecido su participación con la entrega de un ejemplar del libro "84 Charing Cross Road".

La directora general ha solicitado a todas y todos los navarros que no se olviden de los comercios y tiendas de su barrio o de su pueblo en las compras que van a realizar en los próximos días.

"Son una opción ventajosa, por ejemplo, en cuanto a la calidad y personalización de la atención que van a recibir, en el marco de una oferta cada vez más amplia y competitiva", ha dicho, para solicitar acto seguido que se tenga en mente a la hora de adquirir obsequios o productos alimentarios. "Valoremos la confianza que supone conocer la trazabilidad de ese producto, elaborado al lado de casa; y muchas veces, con una calidad y precio mucho más ventajosos que otras ofertas que nos vienen de fuera de nuestra Comunidad", ha insistido.

Ezkutari ha enfatizado la calidad humana del comercio de proximidad", un "intangibles" que "solo el pequeño comerciante puede ofrecer, estableciéndose un vínculo casi familiar con sus clientes".

Cerca de 22.000 empleos

Por su parte, el vicepresidente Ayerdi ha resaltado la importancia del comercio de cercanía como motor económico, generador de empleo de calidad y eje vertebrador de nuestros barrios y pueblos.

Así, según ha trasladado, el comercio minorista representa en torno al 3% del PIB (2013) y el 15% del total de empresas (cerca de 6.500, que ocupan en torno a 8.000 locales comerciales). En su práctica mayoría son microempresas (de 1 a 10 trabajadores), un sector muy atomizado. Da empleo a cerca de 22.000 personas, el 65% mujeres. Más de una tercera parte del empleo corresponde a autónomos.

Según ha recordado, la crisis ha tenido un importante impacto negativo sobre el empleo y el consumo, con una caída de la facturación del 14% entre 2008 y 2015. No obstante, desde la segunda mitad de 2013 se observa una mejoría en la facturación y el empleo en el sector, ligado a la recuperación de la economía navarra, que cobra fuerza en la primera mitad de 2015. Así, el consumo aumentó en 2014 un 1,2%. Y la facturación del sector aumentó un 2% en junio de 2015 con respecto a junio de 2013.

Ayerdi ha anunciado que la vicepresidencia de Desarrollo Económico ya trabaja en un nuevo plan estratégico para la esta legislatura en el ámbito del comercio, que aborde los principales problemas del sector y que sirva de marco para implementar de forma coordinada todas las actuaciones a realizar en dicho sector por parte del Gobierno de Navarra.

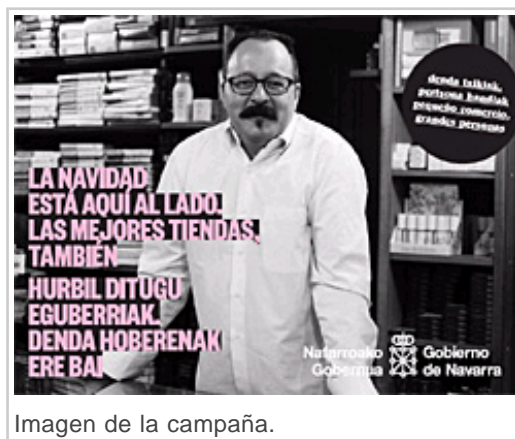


Imagen de la campaña.

Al respecto, el Gobierno de Navarra quiere impulsar las nuevas tecnologías, la calidad y la adhesión a la junta arbitral de consumo y planes de revitalización y desarrollo comercial en zonas urbanas, así como el refuerzo del asociacionismo. Asimismo se creará una coordinación interdepartamental para promover los proyectos de emprendedores, según ha explicado el vicepresidente económico.