

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

## Cinco comercios rurales se transforman de la mano del programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”

*Situados en Erratzu, Orbara, Ochagavía / Otsagabia, San Martín de Unx y Pueyo, su actividad principal es la venta de productos de alimentación*

Lunes, 24 de septiembre de 2018

El programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”, promovido por la Dirección General de Turismo y Comercio del Gobierno de Navarra en el marco del Plan de Impulso del Comercio Minorista de Proximidad (2018-2020), se puso en marcha en mayo con el objetivo de 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 orientado a analizar y responder a las necesidades de su clientela, residentes y turistas.



Propietaria de la tienda Erletxo, en Ochagavía.

Este modelo tiene como punto de partida un espacio que combina la venta de productos de alimentación básica y de primera necesidad, con la posibilidad de degustar productos, principalmente locales, y otros servicios como el de servir de punto de información turística o de recogida de paquetería u otros productos para los residentes de la zona. La aplicación del modelo a cada establecimiento se adecua a sus características particulares y se lleva a cabo mano a mano con sus titulares.

El proceso de selección comenzó en el mes de mayo y tras atender 20 consultas, finalmente se presentaron 9 solicitudes. De acuerdo con los criterios de valoración previamente definidos, se seleccionaron cinco establecimientos: Altxuko denda, en Erratzu; Iratiko Ekoizpenak, en Orbara; y Erletxo, en Ochagavía, que participan del programa completo; y la Tienda de San Martín de Unx, en la mencionada localidad, y Solanoa, en Pueyo, que se incorporan en una fase posterior.

El programa se realiza en colaboración con el personal de las agencias de desarrollo de Navarra, concedor tanto de la actividad empresarial como de los proyectos de actuación y las necesidades

sociales de las distintas zonas de Navarra. Así, se ha trabajado con dicho personal la definición del propio programa y el desarrollo de propuestas de actuación para cada comercio, su ejecución y el seguimiento de las mismas. El programa, que consta de cuatro fases, está en la actualidad inmerso en la fase 3, que supone el trabajo con el comercio en zona y la gestión de la formación especializada.

### **Formación individualizada para cada comercio**

La metodología empleada en todo el proceso se basa en el método de emprendimiento *Lean StartUp*, cuyo pilar fundamental es el aprendizaje continuo y la mejora constante. Se centra en el conocimiento profundo del cliente y en su forma de actuar, construyendo un modelo de negocio basado en un sistema de continuo contraste que obtiene resultados positivos invirtiendo el menor tiempo y recursos posibles.

El programa cuenta con formación especializada tanto para los comercios acogidos como para el personal de las agencias de desarrollo de Navarra, e incluye, además, tutorías individuales con cada una de las profesionales expertas en las materias de comunicación, ventas y comercialización visual, las áreas que se han definido para la formación en función de las necesidades de las personas promotoras de los negocios acogidos al programa.

Concretamente, en la materia “Tu comercio rural, en el mapa”, el contenido se centra en cómo impulsar la comunicación del comercio y darlo a conocer (definición de un plan de comunicación *online* y *offline*, comunicación convencional y publicidad, presencia digital, estrategias de creación de contenidos y herramientas de diseño). En “*Visual Merchandising*”, se trabaja en cómo desarrollar un proyecto de tienda, el diseño del punto de venta, la circulación en el punto de venta, la importancia de la iluminación, la señalética, la colocación de producto o el diseño del escaparate, entre otros.

Por último, la materia “Habilidades clave para mejorar la venta de mi negocio” se focaliza en identificar el sello distintivo del negocio, los tipos de cliente y su percepción del valor en la venta, la generación de sintonía y conexión con el cliente, cómo realizar buenas recomendaciones que posibiliten la venta, cómo tratar posibles objeciones o el cierre, y cómo anticipar la próxima venta.

La cuarta fase se desarrollará entre noviembre y diciembre, y consiste en el seguimiento en la implantación de las acciones, la valoración final de resultados y la detección de necesidades adicionales, así como la obtención de conclusiones finales y la valoración general del programa.

### **El comercio rural, algo más que un negocio**

Con el programa “Modelo de Negocio. Comercio Rural”, la Dirección General de Turismo y Comercio pretende ayudar a personas emprendedoras que apuestan por el valor de lo local y el arraigo a su pueblo y su entorno, tanto como para asentar su familia y su forma de vida asumiendo la dificultad añadida que supone liderar un negocio en pequeñas poblaciones.

El alto vínculo emocional y relacional que estas personas tienen con la zona y con los residentes de la misma consiguen trasladarlo a los turistas que visitan el comercio. Les trasladan esa familiaridad y empatía y eligen los mejores productos y recomendaciones de las zonas imprescindibles de visitar para que, cuando el visitante vuelva a su casa, rememore el viaje con su familia y amigos, y se convierta en el mejor divulgador de su tierra.

El sector comercial genera riqueza, aporta bienestar y calidad de vida a los ciudadanos, siendo un instrumento dinamizador y vertebrador de la vida social y urbana. En el medio rural fomentar esta actividad todavía es algo más necesario y fundamental. La escasa población, la dispersión geográfica, las comunicaciones en ocasiones complicadas y el bajo consumo suelen desincentivar a la iniciativa privada. Sin embargo, es fundamental mantener una oferta comercial de calidad para dar servicio a residentes y turistas.

Estas personas, implicadas a nivel emocional, familiar y económico con el negocio que lideran, buscan dar un servicio al pueblo como integrantes del mismo. Y por ello, ante la necesidad de mejora y de adaptación a las nuevas necesidades, tanto del turista como del residente, han decidido acogerse al apoyo que se les brinda a través de este programa.