



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

Resumen
Prensa

05/01/2025



- La Cátedra de Comercio desarrolla su jornada sobre digitalización

LA RIOJA - pág.: 11 :: 02/07/2024



- La Universidad hace una app para el comercio riojano

DIARIO DE LEÓN - pág.: 12 :: 21/05/2024



- Los riojanos realizan ocho de cada diez compras en las tiendas físicas locales

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 4 :: 05/03/2024



- Corte y confección sostenible en el Camero Nuevo

LA RIOJA - pág.: 15 :: 19/12/2024



- «Es necesario adaptarse al comportamiento del cliente»

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 5 :: 05/03/2024



- Los locales comerciales vacíos ganan escaparate

LA RIOJA - pág.: 9 :: 05/02/2024



- Rodríguez Rocandio, El Pato, Mitsou, Confe Rovelo y Arrebato, premios Comercio Excelente

LA RIOJA - pág.: 14 :: 14/12/2024



- Apenas el 5% de los comercios de Logroño han autoevaluado su estado

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 8 :: 04/11/2024



- De León a La Rioja

DIARIO DE LEÓN (UNIVERSIDAD) - pág.: 3 :: 23/05/2024



- El comercio de ciudad podrá autodiagnosticarse para mejorar su servicio

LA RIOJA - pág.: 14 :: 17/05/2024



- MÁS QUE REPRESENTANTES, ASESORES DE CONFIANZA

EL DÍA DE LA RIOJA (ESPECIAL) - pág.: 8 :: 26/04/2024



- Escobar aboga por un crecimiento de la ciudad hacia el interior

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 15 :: 01/02/2024





- NUESTRO COMERCIO, UNA CUESTIÓN COLECTIVA

EL DÍA DE LA RIOJA (ESPECIAL) - pág.: 3 :: 31/01/2024



- «Está en manos de los clientes saber qué ciudad quieren»

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 9 :: 04/11/2024



- Premios Comercio Excelente

DE BUENA FUENTE - pág.: 2 :: 11/10/2024



- «Hay que recuperar algunos hábitos de consumo tradicionales porque comercio local somos todos»

LA RIOJA (ESPECIAL) - pág.: 10 :: 05/07/2024



- El aliado del pequeño comercio

EL MUNDO CASTILLA Y LEÓN (INNOVADORES) - pág.: 6 :: 11/06/2024



- El aliado del pequeño comercio

EL MUNDO DIARIO DE VALLADOLID (INNOVADORES) - pág.: 6 :: 11/06/2024



- El aliado del pequeño comercio

EL MUNDO EL CORREO DE BURGOS (INNOVADORES) - pág.: 6 :: 11/06/2024



- El aliado del pequeño comercio

EL MUNDO HERALDO-DIARIO DE SORIA (INNOVADORES) - pág.: 6 :: 11/06/2024



- El Foro Promecal analiza el futuro del comercio y su influjo en el urbanismo

EL DÍA DE LA RIOJA - pág.: 12 :: 31/01/2024



Martes 02.07.24
LA RIOJA

LOGROÑO | 11

Escobar y Capellán firman un convenio de capitalidad que sigue sin llegar a 3 millones

El acuerdo que reconoce el esfuerzo de Logroño como centro de la Comunidad sigue sin recuperar la cantidad que sí alcanzó durante sus seis primeros años

M. J. L.

LOGROÑO. En total son 2.971.097 euros, el 2% más que el año pasado. El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, y el presidente regional, Gonzalo Capellán, firmaron ayer el convenio de capitalidad para Logroño. No hay forma de que la cuantía supere los 3 millones con los que se inició en 2004 y que mantuvo hasta 2010 porque después empezaron las rebajas. Primero cayó a 2,9 millones y luego a 2,6.

Por fin ha ido subiendo un poco cada año. El último hasta ahora, el de 2023, fue de 2.912.840 euros, el 3% más que en 2022, cuando el que se suscribió sumaba 2.828.000 euros, y el 7,6% más -200.000 euros- que en 2019.

El alcalde señaló que la posición sigue siendo de «exigencia compartida» si bien, además de la voluntad de estas dos Administraciones, juega un tercer elemento, que son los fondos del Gobierno de España. «Con independencia de la cifra, lo importante es qué se hace con el dinero», zanjó.

Y también es importante, dijo, la dinámica de colaboración de las partes, que se muestra en cuestiones que van desde la ampliación del Bretón a la mejora de la carretera de El Cortijo. En este aspecto, avanzó que «a principios de año habrá más iluminación y paradas de autobuses en esta carretera, así como una mejora en el acceso al polígono Cantabria a través de una cesión para una rotonda.

El entorno hospitalario será otro



Gonzalo Capellán y Conrado Escobar, firmando el convenio. SONIA TERCERO

LAS FRASES

Conrado Escobar
Alcalde

«Con independencia de la cifra, lo importante es qué se hace con el dinero»

Gonzalo Capellán
Presidente regional

«Es importante aumentar los recursos porque prestar servicios se ha encarecido mucho»

de los objetos de la colaboración entre las dos Administraciones. Para Capellán, «la importancia de Logroño es capital en esta comunidad, por lo que la colaboración entre Administraciones es fundamental, como lo es incrementar los recursos ya que la prestación de servicios se ha encarecido mucho». Y si bien vaticinó que los 3 millones se superarán el año que viene, indicó que «los recursos son finitos para demandas infinitas».

«Con menos»

Por otro lado, el grupo municipal socialista recordó que si «Escobar pidió que el convenio de capitalidad de 2023 pasara de los 3 mi-

llones, en 2024 se enmienda a sí mismo y se conforma con menos», a la vez que también mencionó que «el Gobierno de La Rioja aumenta un 5% la cantidad que concede a los ayuntamientos de más de 2.000 habitantes, pero en Logroño el incremento es únicamente del 2%». Rememoraron desde el PSOE que el PP de Conrado Escobar presentó una enmienda a los últimos presupuestos de Pablo Hermoso de Mendoza para alcanzar los 3 millones de euros en el convenio de capitalidad de 2023. «Un año y medio después, el PP de Logroño, se enmienda así mismo y se conforma con una cantidad menor», terminaron.

El PR+ denuncia despilfarro en la presentación y renovación de la marca de ciudad

LA RIOJA

LOGROÑO. El Partido Riojano denunció ayer el despilfarro de 58.039 euros que ha supuesto para las arcas municipales, según sus cálculos, la presentación y la renovación de la marca de ciudad que fue diseñada en el mandato de la exalcaldesa Cuca Gamarra.

El grupo regionalista rechazó que los actos organizados el viernes hayan costado 43.519 euros y estén disimulados en tres contratos y una partida de gasto. El primero de ellos corresponde a la contratación, mediante resolución de Alcaldía, a la empresa Brancode S.L. por 16.879,50 euros del servicio de creación publicitaria para la presentación de la marca de la ciudad, el evento celebrado el pasado 28 de junio en el Paseo de El Espolón.

También, el 21 de junio, se efectuó mediante resolución de Alcaldía la contratación de los conciertos de Messura y Vuelo 505 (13.310 euros) que se ofrecieron en la Concha del Espolón y que estuvieron enmarcados en la presentación de la marca de ciudad. A ello, el PR+ sumó el servicio de iluminación y sonido para este evento, que se contrató igualmente por resolución de Alcaldía con la empresa Sonosfera S.L. por un importe de 10.829,50 euros; y la aprobación de una partida de gasto de 2.500 euros para el evento por parte de la Concejalía de Administración Pública.

«Lo único que vemos son gastos para promocionar la imagen del alcalde y no de la ciudad, como ya hizo en el ple- no del escudo».

Podemos critica que ayer se aprobaran licencias para abrir 25 apartamentos turísticos

LA RIOJA

LOGROÑO. Podemos criticó ayer que «alcalde vende Logroño a los turistas» y ello porque ayer, por resolución de Alcaldía, Conrado Escobar dio su visto bueno a 25 nuevas licencias para la construcción de viviendas de uso turístico. Estas licencias se distribuyen de la siguiente manera: Plaza Amos Salvador 2: 6 licencias para convertir las viviendas en apar-

tamentos turísticos; calle Barriocepo: 7 licencias para apartamentos turísticos; calle Cigüeña 38 y Padre Marín 12: 8 licencias para apartamentos turísticos y calle Cigüeña 36: otras 5 licencias para este tipo de alojamientos.

Esta decisión, según entendió su concejala, Amaia Castro, eleva significativamente el número de viviendas destinadas a uso turístico en la ciudad, donde ya más del 20% del centro histórico está

dedicado a este fin. Actualmente, hay 667 viviendas de uso turístico legalmente registradas, sin contar las irregulares.

Para Castro, «el alcalde está vendiendo Logroño al mejor postor. Se rie de los vecinos mientras los engaña con un derroche de dinero y actos folclóricos. Esta situación tiene consecuencias devastadoras para nuestra ciudad. Están expulsando a los vecinos de sus hogares, destruyendo Logroño como ciudad y convirtiéndola en un parque de atracciones para los turistas. Nuestra ciudad se está convirtiendo en un destino turístico sin logroñeses y logroñesas. El Casco Antiguo de Logroño se ha vuelto inhabitable».

La Cátedra de Comercio desarrolla su jornada sobre digitalización

LA RIOJA

LOGROÑO. La Cátedra Extraordinaria de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, organizó ayer el Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño'.

Esta actividad forma parte del programa de Cursos de Verano UR 2024 que, gestionados por la Fundación de la UR, se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre. El Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' estuvo dirigido tanto a actuales como futuros comerciantes, asociaciones de comerciantes, entidades y profesionales relacionados con el sector comercial; y a todas las personas que consideran que el comercio es un valor del entorno local y quieren profundizar en su mejora. «La presencia digital se ha vuelto indispensable para el comercio local», estimaron desde la UR.



Renfe estrena los trenes Avril en León tras 8 años contratados

◆ El S106 procedente de Asturias a las 07:40 dará el relevo a los Alvia

■ Renfe estrena este martes los viajes comerciales de los trenes de alta velocidad de la serie 106, los Talgo Avril, que circularán por las líneas que unen Madrid con Galicia y Asturias. De estos nuevos servicios se beneficiarán también las ciudades de Castilla y León por las que circularán los AVE S106, al ser línea de alta velocidad: Zamora, Segovia, León, Palencia y Valladolid, así como Madrid.

Con ello, Renfe ofrecerá con los S106, el tren que contrató el ministro popular Íñigo de la Serna en 2016, el servicio AVE en

las ciudades de Vigo, Pontevedra, Vilagarcía, Santiago y A Coruña, después de que en 2021 el servicio de alta velocidad de Renfe debutase en Galicia con una conexión directa Madrid-Ourense, que actualmente también se prolonga hasta Alicante.

En concreto, pondrá en servicio un tren AVE por sentido en las relaciones Vigo-Madrid, con tiempos aproximados de algo más de 4 horas en el trayecto completo; y A Coruña-Madrid, con tiempos cercanos a las 3 horas y media, lo que supone un recorte de tiempos medio de unos 15 minutos.

En Asturias, que hasta ahora contaba con conexiones de larga distancia desde el estreno de la variante de Pajares el pasado 30 de noviembre, supondrá la Bega del AVE.

Los trayectos del AVE Asturias-Madrid se reducen a tiempos de algo más de 3 horas a Oviedo y en media hora más a Gijón, apuntaron desde Renfe. La nueva oferta comercial también supone sustituir dos servicios Alvia actuales por dos AVE S106 en las relaciones Gijón-Madrid-Castellón (tren pasante) y Gijón-Madrid, con más plazas y mejoras de confort.

El talento para el negocio se exhibe hoy en la Universidad

■ Con el éxito de las convocatorias anteriores como aval, el vestíbulo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León acogerá este martes, a partir de las 10.00 horas, la XII Edición del «León Business Talent». La cita da cuer-

da a «un evento empresarial en el que alumnos de la mignatura Creación de Empresas del grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE), del de Marketing y del máster en Ingeniería Industrial presentarán 27 ideas innovadoras de negocio de una forma atractiva, con la fina-

lidad de buscar inversores y/o compañeros de viaje en la aventura de emprender», informaron desde la institución académica.

La propuesta, con once ediciones anteriores llenas de «ideas con un gran componente innovador y de base tecnológica», mostrará el nivel de la facultad leonesa. Los participantes deberán exhibir ante el público asistente los fundamentos de sus planes de negocio y la viabilidad para llevarlos adelante.

EN BREVE

BARROS



UPL exige quitar las farolas de las aceras del Polígono 10

■ UPL exige al equipo de gobierno del PSOE que «elimine las farolas que dificultan el paso a los peatones en mitad de la acera de la calle Moisés de León». Los habitantes del Polígono 10 «llevan muchos años exigiendo la inmediata supresión de los báculos de iluminación, o farolas, existentes entre los bloques 2-4 de la calle Moisés de León de la ciudad de León», reclamaron. (D)

FORMACIÓN

La Facultad de Filosofía debate sobre el humanismo

■ El Aula Magna de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de León acogió este lunes el acto inaugural del congreso internacional sobre «Identidades del humanismo siglos XV-XVII: tradición y recepción». Un foro que se celebrará hasta el miércoles en la facultad y que reúne a medio centenar de participantes procedentes de universidades españolas y extranjeras. (D)

APLICACIONES

La Universidad hace una app para el comercio riojano

■ La Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja ha lanzado una aplicación móvil gratuita que permitirá a los comerciantes locales de Logroño hacer autodiagnósticos y recibir recomendaciones de mejora. La herramienta se ha llevado a cabo con profesores expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos. (D)



XL Semanal

EL DOMINGO CON
Diario de León

CON LAS MEJORES FIRMAS

Patente
de corso



por Arturo Pérez-Reverte

Animales de
compañía



por Juan Manuel de Prada

Pequeñas
infamias



por Carmen Posadas

LA RIOJA

El Día de La Rioja
MARTES 5 DE MARZO DE 2024

4

COMERCIO LOCAL | HÁBITOS DE COMPRA

MÓNICA BURGOS / LOGROÑO

El comercio a través de internet ya se consolida como el mayor reto al que se enfrentan los negocios minoristas y locales. Desde la pandemia, el crecimiento exponencial de las compras y las ventas a través de plataformas digitales ha sido imparable, tanto que en España aproximadamente una cuarta parte de las compras totales se realizan ya a través de comercios en internet.

La Rioja también atraviesa en la actualidad una época de cambios en los hábitos de compra de los consumidores riojanos, que siguen la tendencia nacional en cuanto a la popularización de los comercios electrónicos como vía de compra.

Sin embargo, aunque es cierto que cada vez se compra más a través de internet, los consumidores riojanos no solo siguen prefiriendo comprar en tiendas físicas, si no que ocho de cada diez compras las realizan en ellas. Así lo muestra el estudio 'Beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física' realizado por la Cátedra de Comercio, cuyo objetivo es poder conocer cuáles son los principales beneficios e inconvenientes que perciben los consumidores en cuanto a la compra en tienda física frente a la compra en internet.

De acuerdo con este estudio, los riojanos siguen comprando más en tiendas físicas que online, concretamente, una de cada ocho compras se harían en comercios presenciales. Esta intención es, además, mayor en las mujeres que en los hombres. En cambio, es una tendencia más baja en los consumidores jóvenes que, aunque cuya vía de compra principal también es la tienda física, sí que presentan una mayor intención de compra a través del comercio online dada su mayor integración en el ecosistema digital al que se exponen.

El estudio analiza la tendencia de compra en dos categorías de productos: la moda, que se posiciona como la más adquirida a través de internet, y la lotería, que registra las compras más bajas del comercio digital, y por tanto las más altas en tienda presencial.

Los principales beneficios que perciben los consumidores de comprar en tienda física frente a comprar en tienda online son diferentes para ambas categorías. Para el caso de ropa, calzado y complementos, en un 71,5% se consolida como principal beneficio la posibilidad de interacción directa con el producto, seguido de la atención al cliente con un 13,9%, la inmediatez del producto con un 3,5%, y la solidaridad con el pequeño comercio local con un 2,5%.

Por su parte, en lo que respecta a loterías y apuestas, categoría en



Los riojanos prefieren comprar más en el comercio físico de la ciudad que online. / OSCAR SOLORZANO

Los riojanos realizan ocho de cada diez compras en las tiendas físicas locales

El contacto con el producto y la solidaridad con el comercio local, las razones por las que La Rioja es la región en la que menos se compra online, junto a País Vasco

APUNTE

Impulso al relevo generacional del comercio logroñés

Una nueva línea de ayudas del Ayuntamiento de Logroño incentivará el relevo generacional en el comercio de la ciudad cuando algún comerciante quiera finalizar su actividad, bien por jubilación o por desistimiento, y proporcionará acompañamiento y asesoramiento al nuevo emprendedor.

El objetivo de esta iniciativa es que, tanto quien se marcha, como

quien llega, «no esté en soledad y que el emprendedor no se enfrente al vértigo de un comercio que no conoce, sino que tenga garantías de éxito y continuidad» anunció ayer el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz.

Además de a los comercios, esta iniciativa también incluirá a los agentes comerciales que vayan a abandonar su cartera, a petición del colegio de profesionales de este sector que han solicitado que el Consistorio colabore con ellos.

La cuantía económica de esta línea de subvenciones, indicó Sainz, aún está por definir.

la que más se compra de manera presencial, compiten muy reñidamente como principales beneficios, con un 22,1% y un 22% respectivamente, la atención al cliente y la seguridad que de comprarlo de manera presencial. Otros factores como la elección del número o la interacción directa con el boleto también entran en juego.

En lo que se refiere a los inconvenientes de la compra en tienda física de manera presencial, en ambas categorías los riojanos destacan como principal desventaja el desplazamiento hasta el lugar del comercio, seguido de la detección de una menor oferta y variedad de productos a la venta en las tiendas

físicas con respecto a las online. Sin embargo, la tercera posición la ocupa la proporción de personas que consideran que no existe ningún inconveniente en comprar en las tiendas físicas.

LOS QUE MENOS. La Rioja es, junto a País Vasco, la comunidad con menos compras realizadas a través de internet, según los datos del Instituto Nacional de Estadística.

En primera posición como la comunidad en la que más compras online se han realizado se posicionan las Islas Canarias, seguidas de las Islas Baleares, Principado de Asturias, Andalucía, Comunidad de Madrid y Cantabria.

Jueves 19.12.24
 LA RIOJA

COMARCAS | 15



Lara Bazán enseña a tres alumnos a utilizar la máquina de coser en El Rasillo. AYTO. EL RASILLO/CONFÉ ROVELO



Un hombre aprende a usar la máquina de coser. AYTO. EL RASILLO/CONFÉ ROVELO

Corte y confección sostenible en el Camero Nuevo

El Rasillo. Lara Bazán (Confé Rovelo) imparte con éxito, a mujeres y hombres, cursos gratuitos de coser que han alcanzado una dimensión social y de sostenibilidad



DIEGO MARÍN A.



Parte de los alumnos de los cursos de coser que imparte Lara Bazán en El Rasillo. AYTO. EL RASILLO/CONFÉ ROVELO

Lara Bazán acaba de recibir el galardón 'Comercio Sostenible' que otorga la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño por el proyecto emprendido en su tienda, Confé Rovelo. En ella recicla los uniformes laborales de las empresas, adaptándolos a las normativas de seguridad o modernizando diseños con el fin de economizar recursos, consciente de que la industria textil es la segunda más contaminante del mundo. Y calcula que ya ha logrado que se reutilicen y no se desechen unas 1.500 prendas de trabajo.

Como esa idea de sostenibilidad se le ocurrió paseando por el entorno natural de El Rasillo de Cameros, Lara Bazán quiso devolver al pueblo lo que el pueblo le había dado y desde hace unas semanas imparte talleres de coser con una máquina que ha do-

nado al municipio. Y tanto éxito están teniendo las clases que se han completado todas las inscripciones. «Continuando con la línea de sostenibilidad, han tenido muy buena acogida unos cursos gratuitos para aprender a usar la máquina de coser. Hay apuntadas mujeres y hombres», explica Lara Bazán. Los cursos son de dos horas, sábados y domingos, y de solo tres alumnos.

«Estamos contribuyendo a que la gente en el medio rural se haga sus propios arreglos, no deseché esa ropa y evitamos contaminación, favoreciendo un consumo responsable», destaca Lara Bazán. Y no solo eso, también cuenta con un fin social. Porque no solo acuden vecinos de El Rasillo sino de toda la zona. Pilar García, por ejemplo, acude desde Ortigosa. «Como estoy de baja, me vino muy bien el curso porque, al acabar, cogí mi propia máqui-

LAS FRASES

Lara Bazán
 Confé Rovelo

«Estamos contribuyendo a que la gente en el mundo rural se haga sus arreglos y no deseché la ropa»

Pilar García
 Alumna del curso (Ortigosa)

«Me vino muy bien el curso; al acabar cogí mi propia máquina y ahora estoy confeccionando un cojín»

na y estoy cosiendo. Tenía alguna noción, pero Lara me dio unas pinceladas y ahora estoy confeccionando un cojín», explica Pilar, quien está muy agradecida. «Le doy las gracias a Lara porque es

Rubén Martínez Soriano
 Alcalde de El Rasillo de Cameros

«La gente se divierte. Hemos hecho unas bolsas para el pan y ahora todo el mundo va a por el pan con ellas»

Nacho Ugarte
 Alumno del curso (Logroño)

«Tiene una dimensión muy bonita, favorece la interacción entre las personas, la ayuda»

una gran mujer», subraya Pilar.

Por otra parte, el logroñés Nacho Ugarte es uno de esos hombres que se han inscrito para adquirir «unas nociones básicas y el poder hacer trabajos muy sencil-

los de costura, pero suficientes para algunos arreglos domésticos». «Además de la utilidad práctica (arreglar los bajos de un pantalón, rematar unos cojines o cortinas...), tiene una dimensión social muy bonita, favorece la interacción entre las personas, la ayuda y la puesta en común de ideas e intereses» destaca Ugarte. Y avanza que desde los cursos han surgido ideas como la confección de banderines de fiestas para evitar el plástico, así como trajes y disfraces, utilizando telas reutilizadas. Todo reciclado.

Rubén Martínez Soriano, alcalde de El Rasillo, también ha sido alumno y expone que «así le damos vida al pueblo, y une mucho, la gente se divierte». «Hemos hecho unas bolsas para el pan y ahora todo el mundo va a por el pan con ellas», describe. «Vienen de otros pueblos y mucha gente se ha quedado fuera», asegura.



MARTES 5 DE MARZO DE 2024 **El Día de La Rioja**

LA RIOJA5

al día
La cercanía y la atención no tienen precio



El ser humano se mueve por impulsos. Esos que provocan que mientras navegamos por la red le demos clic para adquirir una cosa que no sabíamos que necesitábamos pero que está a un precio irresistible y nos lo traerán a casa en apenas unas horas. Por mucho que lo intente, el pequeño comercio local no pue-

de competir con esa realidad pues las grandes cadenas tienen herramientas mucho más poderosas para lograr ese objetivo. La estrategia de las tiendas tradicionales debe centrarse en la cercanía, el conocimiento de los clientes y del producto que despacha y la especialización. Esas armas son, a la larga, mucho más efectivas que el precio y las que van a determinar su supervivencia.

Natalia Medrano

COLABORADORA DE LA CÁTEDRA DE COMERCIO Y VICEDECANA DE LA UR



La colaboradora de la Cátedra de Comercio y vicedecana, Natalia Medrano. / UR

«Es necesario adaptarse al comportamiento del cliente»

Es cierto y una realidad que el continuo incremento de la compra a través de internet ha disminuido el número de tiendas físicas, y eso nos hace plantearnos qué tipo de tiendas buscan ahora los consumidores». Natalia Medrano es colaboradora de la Cátedra de Comercio, directora del Grado de Administración y Dirección de Empresas y vicedecana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UR, y colaboradora en el estudio 'Beneficios e inconvenientes de comprar en tienda física'.

Durante la realización del estudio, Medrano pudo constatar cómo la totalidad de los participantes ya compraban a través de internet, lo que ratifica el cambio comportamental en los consumidores. «No nos sirve de nada quejarnos de algo que no nos gusta pero que está sucediendo y es una realidad» apunta Medrano, indicando que la solución es identificar las opciones disponibles para potenciar las fortalezas y mitigar las debilidades «que tenemos en el comercio físico frente al comercio online».

precisamente la razón de ser del estudio «conocer de verdad cuáles son los beneficios e inconvenientes percibidos por la sociedad, y a partir de ahí trabajar sobre esos beneficios y potenciarlos, hacer todas campañas de comunicación posibles, tanto a nivel presencial como online», y es que, indica, tener una tienda física «no significa que no tengamos que tener presencia en internet».

Sin embargo, a pesar del cambio de hábitos en los consumidores, la mayor fortaleza del comercio riojano «sigue siendo la indudable alta intención de compra física».

Subraya Medrano que esta es

Fernando Cortezón

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE COMERCIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

«La solución del comercio local no es pasarse al online»

Desde el 2015 han cerrado 500 comercios, y no es una buena situación» indica Fernando Cortezón, presidente de la Comisión de Comercio de la Cámara de Comercio.

La llegada del comercio online fue, tal y como señala, «devastadora», y más que los hábitos de compra de los consumidores locales, los cuales siguen inclinándose hacia la compra física, destaca la competencia «desleal» de los operadores online. «No tienen las mismas cargas impositivas, ni los convenios, ni

las mismas reglas medioambientales» algo que, señala, les posiciona en una «clara desventaja», a pesar de la capacidad competitiva que identifica en el comercio de la región. «El comercio local es muy competitivo, muy sostenible en lo económico, lo social y lo medioambiental, pero lógicamente no nos dejan jugar con las mismas normas que al resto de operadores».

En este sentido, señala Cortezón las inigualables ventajas que el comercio logroñés presenta frente al online que son además las que le hacen perdurar, «hace 30 años fui-

mos la primera ciudad comercial de España, y se conservan muchas características del comercio desde entonces, la calidad es impresionante, los precios, servicios... el comercio riojano y logroñés es excelente».

Es en base a esto que Cortezón opina que la digitalización del comercio local «no es la solución», para muchos negocios locales dada la gran inversión y la alta competencia del ecosistema online. En cambio, propone impulsar el contacto digital con el consumidor, «por ejemplo, por Whatsapp o vía mail, pero sin pasar al comercio online».



Fernando Cortezón, presidente de la Comisión de Comercio. / OSCAR SOLORZANO

DESPUÉS DE CUALQUIER ACTIVIDAD FÍSICA O INTELECTUAL
Esta pera recupera
CON CEREBRO, GRASAS Y COLESTEROL BAJO EN CALORÍAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO LA RIOJA

www.perasderincondesoto.com



8 | LOGROÑO

Lunes 05.02.24
LA RIOJA



Local 'disponible' en el Paseo del Espolón de Logroño, dentro de la 'milla de oro' de los bajos comerciales de la capital de La Rioja. IRENE JADRAQUE / SADÉ VISUAL

Los locales comerciales vacíos ganan escaparate

A pie de calle Los bajos cerrados a la espera de actividad se cuentan por cientos, no solo en el centro de Logroño, y algunos se reconvierten alojando oficinas y negocios más allá del comercio

JAVIER CAMPOS



Un mismo mercado, sí, pero con diferencias tan acusadas casi dependiendo de cada bajo que... «no se puede generalizar», sentencian los distintos agentes. Logroño, como pasa en otras tantas ciudades de su entorno y tamaño, presenta locales comerciales vacíos aquí y allá, desde el centro a la periferia. No es algo nuevo, y si bien sigue habiendo aperturas, parece que son más cierres (la tendencia en cuan-

to a ocupación de tales espacios viene siendo negativa). Y así, el mercado inmobiliario, en todo lo que tiene que ver con los bajos que puedan albergar negocio o actividad económica alguna, está en continua transformación. Otra cosa son los precios, pues aunque hay de todo, no quiere decir que haya para todos.

«Mucho comercio tradicional va justito», confirman los expertos asegurando que la mayoría



Local en venta en pleno San Antón, vía comercial por excelencia. I. J. / S. V.



Local en alquiler en Vara de Rey, donde la actividad va por tramos. I. J. / S. V.

opta por el alquiler y pocos llegan a la compra.

Pisos.com, portal inmobiliario de Vocento, ofrece un amplio abanico de lo que hay disponible en la capital de La Rioja —muchos más bajos que pisos—, y no solo en lo que se entiende por el centro de la ciudad —todo tipo de locales y muchos de ellos a precios asequibles, si bien en las ubicaciones más dispares (y algunos sin haberse llegado a ocupar nunca)—.

La crisis del pequeño comercio, afectado por la competencia de los grandes operadores y del comercio 'on line', se vio agravada por el covid y casi nadie olvida lo que ha supuesto la reconversión bancaria. «Fue mucho peor momento que el actual, sí», constata Óscar Martínez Solozábal, presidente de la Asociación Profesional de Expertos Inmobiliarios (APEI). Y que la oferta supere a la demanda, contrariamente a lo que

pasa con la vivienda de alquiler, no siempre se ve reflejado en una bajada de las rentas.

«Bajar, han bajado, pero no el local bueno, ese que cualquiera tendría en la cabeza si se dispusiese a emprender», confirma Martínez Solozábal, quien pone de manifiesto que «los propietarios son conscientes de qué zonas funcional comercialmente». Al respecto, las áreas 'prime' de Logroño, las que se ubican en San Antón, parte de Gran Vía o el tramo de Vara de Rey más cercano al Espolón, no solo se mantienen, sino que pueden encarecerse por lo que tienen de apuesta segura. Ello, sin embargo, no quita para que el 'cogollito' de oro presente locales vacíos.

«Hubo un tiempo en el que en esa zona, caso de San Antón, las inmobiliarias casi no podíamos entrar... si cerraba un negocio, al momento abría otro, había hasta lista de espera», recuerda Pilar Rodríguez, gerente de Urbanova. Hoy, el panorama ha cambiado, y hay locales grandes en pleno centro porque actualmente «nadie necesita tal espacio».

Un problema que, además, se agrava en el anillo que rodea esa zona 'prime', con calles como Solidaridad, Vara de Rey hacia el sur, pasado Gran Vía o Pérez Galdós. Hay lonjas vacías, más de las que cabría esperar, y ahí el precio que se pide es el problema.

Rodríguez, al respecto, apunta que esos bajos cerrados que permanecen con la persiana bajada en el centro sin que nadie sepa cómo ni por qué responden a «propietarios antiguos con bienes ya pagados acostumbrados a rentas

Lunes 05.02.24
LA RIOJA

9

EJEMPLOS DE LOCALES COMERCIALES EN ALQUILER EN LAS DISTINTAS ZONAS DE LOGROÑO SEGÚN PISOS.COM

Casco Antiguo / El Campillo-Norte



El más caro

► **4.000 euros/mes.** Local de 400 metros cuadrados en la calle Portales ocupado en su día por la 'Ferretería La Inglesa'.



El más barato

► **600 euros/mes.** Local de 80 metros cuadrados en una esquina del PERI Herrerías con vistas a San Bartolomé.

Universidad-Los Lirios



El más caro

► **1.400 euros/mes.** Local de 115 metros cuadrados en la avenida de la Paz, cerca de La Cigüeña, junto al Mercadona.



El más barato

► **400 euros/mes.** Local 'multiusos' de 41 metros cuadrados en la calle Río Lomo del barrio de Los Lirios.

Centro



El más caro

► **7.300 euros/mes.** Local de 555 metros cuadrados (tres plantas) cuyo último uso ha sido sede bancaria en El Espolón.



El más barato

► **350 euros/mes.** Local comercial de 45 metros cuadrados en los soportales de la plaza Priero de Mayo.

Residencia (antiguo San Millán)



El más caro

► **3.200 euros/mes.** Local de 518 metros cuadrados con acceso por Marqués de la Ensenada y Villamediana, antiguo súper.



El más barato

► **350 euros/mes.** Local comercial de 39 metros cuadrados en un bajo de la calle Padre Claret en San José/Madre de Dios.

Oeste



El más caro

► **2.000 euros/mes.** Local de 196 metros cuadrados en Marqués de Murrieta, en las proximidades de Canalejas.



El más barato

► **300 euros/mes.** Local de 110 metros cuadrados en Ronda de los Cuarteles (pueden ser tres de 330 por 800 euros/mes).

Portillejo-Valdegastea



El más caro

► **1.650 euros/mes.** Local diáfano de 265 metros cuadrados con una fachada de 8 metros en edificio de nueva construcción.



El más barato

► **450 euros/mes.** Local diáfano de 104 metros cuadrados en la calle Rosa Chacel -antigua General Yagüe-.

San Adrián-La Cava



El más caro

► **1.950 euros/mes.** Bajo comercial de 297 metros cuadrados en esquina de Club Deportivo, cerca de Juan II.



El más barato

► **600 euros/mes.** Local de obra de 110 metros cuadrados en alquiler en Club Deportivo, cerca de la calle Chile.

Cascajos-Piqueras



El más caro

► **1.100 euros/mes.** Local de 185 metros cuadrados en Estambarrera, en esquina 'semirreformado' para restaurante.



El más barato

► **500 euros/mes.** Local comercial de 78 metros cuadrados en la avenida de Madrid, cerca de la calle Escultor Daniel.

altas o nuevos que compraron tan caro que no obtienen la rentabilidad deseada» -como también sería el caso de las Cien Tiendas-.

Los expertos sostienen que, ante tal panorama, la verdadera rentabilidad está en «negociar» con aquel que sea «buen inquilino». Con independencia de la zona, pues se pueden encontrar no pocos, algunos de ellos aún por estrenar o de obra, en especial en zonas de nuevo desarrollo.

La situación es tal que, tras la pandemia, ha habido muchos comercios que han optado por un traslado dentro de la misma zona buscando una renta más económica. Así lo pone de manifiesto Fernando Cortezón, presidente de FER Comercio.

Y si alternativas buscan los arrendatarios, los arrendadores no se quedan atrás. Así, dentro de las posibilidades para dar salida al gran número de bajos, cada cierto

tiempo surge un fenómeno: cerraron los bancos cambiándolo todo, cierto, pero llegó el boom de los supermercados, de las casas de apuestas, de las clínicas dentales, de los gimnasios... y de los trasteros. Ajeno, eso sí, el Casco Antiguo, donde la hostelería puede pagar alquileres que no están al alcance del comercio.

Junto a ello, la tendencia es la de no pocos profesionales, con despachos y gabinetes en ofici-

nas, que han optado por pasarse al bajo o local tanto por precio como por visibilidad. Así lo confirman tanto Martínez Solozábal como Rodríguez, hablando de «diferencias espectaculares» entre estar en un sitio o en otro. Nadie se atreve a dar cifras, pues cada local es un mundo, pero el cambio de negocios obliga a cambiar la perspectiva de los propietarios.

No queda lejos cuando en verano de 2022 la cátedra de Comer-

La alternativa de «reconvertir» un local en vivienda todavía se resiste

LOGROÑO. Sobrando locales vacíos y faltando viviendas, era cuestión de tiempo que tal cambio de uso llegase e incluso se hablase de tendencia. Sin embargo, si bien en otras ciudades puede ser tal, no parece que sea el caso de Logroño, que aún se resiste.

Un trabajo de fin de grado de 2021-2022 sobre locales comerciales vacíos de Gonzalo Ugarte concluía que «ninguna de las acciones propuestas a expertos para dar un uso a los locales vacíos (conversión en viviendas, trasteros de alquiler y/o almacenes de reparto para el e-commerce) tienen una buena acogida».

«La idea de vivienda (entendiendo esta como primera residencia) en planta baja, no es de ningún modo nueva, y tampoco está expresamente ligada a entornos periurbanos donde hay más tranquilidad, como la zona de Lobetes», explica el arquitecto Sergio Rojo, quien pone como ejemplos desde la colonia 'Virgen de la Esperanza' o la zona del Sotillo (también la barriada de Ballesteros) a la mismísima Ruavieja.

«El problema, por tanto, es otro, y es de índole arquitectónica: el que supone adaptar un espacio espacialmente pensado para tener visibilidad (grandes escaparates) y junto a zonas de alto tránsito (donde la ciudad bulle) a hogar donde la intimidad y la privacidad se ven especialmente comprometidas», sentencia para aclarar que «no es por tanto un problema de que el uso de vivienda sea incompatible con situarse en planta baja, sino, claramente, la zona de la ciudad donde se implanta».

Eduardo Blanco, de la promotora/constructora Coblanza, cree que el modelo no puede considerarse como tal en la capital de La Rioja -no tiene mercado- y que los bajos, actualmente, siguen teniendo un interés «eminente comercial» y, por ello, «haber, sigue habiendo demanda».

cio de la UR concluyó en una radiografía que habría que actualizar, que el 22,4% de los locales estaba vacío, y de los que tienen actividad, la mitad era hostelería, moda, alimentación y estética. Ya antes, un trabajo de fin de grado de Gonzalo Ugarte, con Cristina Olarte y María Alesanco de tutoras, cifraba que el número de locales vacíos aumentó un 13,74% entre 2015 y 2021 estimando que, de seguir así, sería aún peor.

Uvas anticipadas en El Espolón

Navidad. Ayuntamiento y Los 40 organizan el día 20 una fiesta preúvas con las campanadas del reloj de Ibercaja

M^a JOSÉ LUMBRERAS



Será por campanadas. El Ayuntamiento ha previsto, junto a las cadenas de radio Los 40 Classic y Los 40 Urban, un evento preúvas de fin de año que se celebrará el próximo día 20 en pleno Espolón con una doble fiesta, antes y después de las campanadas de medianoche que, en este caso, sonarán desde el reloj de Muro de la Mata 1, municipal desde hace unos meses, tras la cesión del mismo por parte de Ibercaja.

El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sáinz, avanzó ayer que, antes de los cuartos, podrá escucharse el 'Ya se van los pastores...' habitual del carrillón. Y también advirtió que «Logroño se une así a otros municipios que se han sumado a esta nueva tradición que partió de la necesidad de probar el correcto funcionamiento del mecanismo antes de las campanadas».

Junto al edil estuvieron el director de Radio Rioja y Los 40 Rioja, Alberto Aparicio, representan-

tes del Mercado de San Blas, de las asociaciones de vecinos de Logroño, La Rioja y de la zona centro, de la Cámara de Comercio y comerciantes del Casco Antiguo.

Sáinz destacó que «será el primer acto que organizamos para poner en valor el conocido reloj de Ibercaja, que ya es patrimonio de la ciudad de Logroño», mientras que Aparicio agradeció al Consistorio «la buena recepción de la propuesta y que la hayan hecho suya como un evento de ciudad».

La presidenta de la Federación de Asociaciones Vecinales, M^a Ángeles Matute, consideró «muy interesante que los logroñeses puedan celebrar la Navidad anticipadamente».

Dos fiestas

La convocatoria, que será de acceso libre y gratuito, comenzará a las 22.00 horas con la primera de las dos sesiones, una fiesta ochentera dirigida a un público más familiar y de todas las eda-



El reloj de Ibercaja será protagonista de las preúvas. JUSTO RODRÍGUEZ

des. DJ Jorge Sánchez, de Los 40 Classic, conducirá el acto hasta las 23.50 horas, el momento de empezar a tomar las uvas al ritmo de las campanadas.

Tras las doce campanadas, la fiesta será de música urbana de actualidad dirigida a un perfil de público más joven. En este caso será el DJ Ramsés López 'el Faraón', de Los 40 Urban, quien con-

duzca la música hasta la 01.00, hora a la que finaliza el evento.

Hasta ahora, las fiestas preúvas de la capital se han ceñido al día 31 de diciembre y a los barrios, dado que tanto La Cava como Varea y San Antonio realizan sesiones matutinas para sus vecinos. Varea, además, celebra a medianoche, en la plaza de la Iglesia, el inicio de año.



Los responsables de los establecimientos premiados, con los organizadores del certamen. JUSTO RODRÍGUEZ

Rodríguez Rocandio, El Pato, Mitsou, Confe Rovelo y Arrebató, premios Comercio Excelente

M. J. L.

LOGROÑO. Los reconocimientos de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' son para Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop&Studio, Confe Rovelo y Arrebató. El alcalde, Conrado Escobar; el vicerrector

Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra de Comercio de la UR, Cristina Olarte, entregaron ayer los galardones.

Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', que cumplen este año su octava edición, reconocen la labor de quienes han trabajado durante años y cuentan con una trayec-

toria relevante, así como de aquellos profesionales que han incorporado elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

El premio honorífico a la Mejor Trayectoria Individual fue para Germán Rodríguez Rocandio por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet y por

fundar la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo.

El premio honorífico a la Continuidad Empresarial se concedió a Cafés El Pato por sus 101 años, mientras que a Mitsou Art Shop&Studio se le dio el premio Digitalización.

Confe Rovelo, comercio de moda laboral, ganó el premio Comercio Sostenible por su apuesta por la reutilización de uniformes y el premio Revelación fue para Arrebató, recién trasladado al Paseo de las Cien Tiendas.

Los socialistas temen que varias obras con fondos europeos no estén acabadas en plazo

LA RIOJA

LOGROÑO. El grupo municipal socialista alertó ayer de que en unos días acaba el plazo para finalizar importantes obras financiadas con fondos europeos que van con retraso

Para el PSOE, la gestión de los fondos europeos del gobierno local logroñés «es ineficaz y será en 2025 cuando la Unión Europea determine si el Ayuntamiento tiene que devolver lo ingresado, los intereses y las sanciones».

«Quedan menos de 20 días naturales y apenas unos días laborables para que acabe el año, es decir, para llegar al 31 de diciembre, fecha en la que termina el plazo establecido para ejecutar varios proyectos financiados con fondos europeos y todo parece indicar que el equipo de gobierno no va a llegar a tiempo», alertaron los socialistas.

La prórroga concedida para actuaciones como la reforma de las calles Sagasta y Duquesa de la Victoria, o el área pacificada de San José, finaliza este mes de diciembre, al margen de que las modificaciones planteadas no hayan sido admitidas por el Ministerio de Transportes, dijeron. Y añadieron que, «a día de hoy solo hay que darse un paseo por las mencionadas zonas para ver el estado de las obras, por lo que desde el PSOE nos preguntamos con preocupación si terminarán a tiempo o se incumplirá la fecha de ejecución».

«La ineficacia en la gestión se acumula, y los populares siguen recopilando notas negativas», concluyeron.

EN BREVE

AFECCIÓN AL TRÁFICO

Autobuses por la 'Carrera de la Esperanza'

LA RIOJA. Con motivo de la 'Carrera Virgen de la Esperanza', que se celebra mañana, domingo, cuatro líneas de autobús urbano modificarán sus itinerarios y varias calles sufrirán cortes de tráfico parte de la mañana. La primera prueba, de seis kilómetros, comenzará a las 10.30 y finalizará a las 12.00 horas. La carrera familiar se desarrollará entre las 11.30 y las 12.00. Las líneas afectadas serán la 2, 5, 9 y 10.



ECONOMÍA | AUTODIAGNÓSTICO DE COMERCIO LOCAL

Apenas el 5% de los comercios de Logroño han autoevaluado su estado

Los creadores animan a los comerciantes a utilizar una herramienta gratuita, pionera en nuestro país, que permite a los pequeños negocios examinar su desempeño y obtener recomendaciones de mejora

FELI AGUSTÍN / LOGROÑO

Logroño mantiene su objetivo de convertirse en la capital europea de comercio de proximidad a lo largo de esta legislatura porque el comercio, señala el Consistorio, ha sido siempre seña de identidad de la ciudad, una tarea que exige «un extraordinario ejercicio de esfuerzo, compromiso y pasión». A estos tres componentes se une hoy otro, la adaptabilidad que exigen los tiempos en los que es necesario competir con otra modalidad de crecimiento imparables, la digital.

Para intentar ajustar las características de la demanda a las exigencias de los nuevos consumidores, los 2.022 establecimientos que figuraban a finales del año pasado en el censo Logroño Punto Comercio disponen desde hace cerca de medio año de una herramienta de autodiagnóstico, que les permite evaluar su trabajo en diferentes parámetros y obtener recomendaciones para un mejor desempeño. Esta herramienta, totalmente gratuita y pionera en nuestro país, ha sido apenas utilizada por el 5% de los establecimientos de la ciudad.

«El pequeño comercio debe saber que tiene su departamento de I+D en la Universidad de La Rioja», aseguran convencidos Cristina Olarte y Jorge Pelegrín, catedráticos de marketing de la UR que, junto a profesores de las universidades de León, la Rey Juan Carlos y la Complutense, han elaborado la herramienta a la que se puede acceder a través de evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un formulario de registro. «Es un instrumento que le va a permitir al comerciante autoevaluarse en busca de la excelencia», señala Pelegrín, que informa de que se ofrecen sendas aplicaciones para móvil y ordenador.

Olarte afirma que los comerciantes que la han utilizado «están muy contentos», mientras su compañero destaca que no hay en todo el país una herramienta de este tipo, que se centre, de manera sencilla, en el comercio minorista de una localidad.

«Hay que buscar la regeneración del comercio, que no haya locales vacíos y que la gente quiera hacerse cargo de esos establecimientos y para eso deben ser comercios rentables», argumenta el profesor.

La herramienta presenta tres niveles de profundización en función de las cuestiones que se plantean: entre 10 y 40- y la dificultad de las mismas; 122 comercios han completado el nivel básico, 53 el medio y únicamente 31 establecimientos



Los catedráticos Cristina Olarte y Jorge Pelegrín, artífices de la Herramienta de autodiagnóstico del comercio. / CARLOS CAPEROS

lo han hecho con el alto. ¿Cómo funciona? Una vez que el comerciante se ha dado de alta, se plantean nueve módulos de autoevaluación, entre los que figuran toda la escala de los requerimientos a los que se enfrenta un comerciante de hoy en día, desde aspectos como la apariencia del establecimiento y las facilidades físicas, la calidad en la atención personal y el servicio posventa, la gestión de la compra y proveedores o económica, hasta la implantación de las nuevas tecnologías, la comunicación y la responsabilidad social corporativa. En cada módulo, explican, hay una serie de preguntas, con una redacción «sencilla», en las que se ha intentado que la respuesta sea «sí o no».

Argumentan que las cuestiones que se plantean son fruto de un profundo estudio «de lo que funciona y no funciona» y, por ello, son un «primer paso» para que el comerciante se audite.

«Hay que ponerse en el lugar del comprador y, en esa dirección se dirigen algunas de las preguntas», señala el profesor que apunta que la experiencia sensorial y del disfrute que ofrece el comercio minorista carece la venta online.

El profesor informa de que una vez concluidos todos los módulos

«El pequeño comercio debe saber que tiene su departamento de I+D en la Universidad de La Rioja», afirman los artífices de la herramienta

de cada uno de los niveles, el comerciante puede generar un informe de evaluación, que otorga tres notas, mejorable, notable o excelente.

MEJORABLE. Al establecimiento que haya recibido esta calificación se le ofrecen recomendaciones invitándole a, por ejemplo, introducir mejoras en la estrategia de dife-

RECONSTRUCCIÓN

Crece el índice de ventas, decrece el empleo

De acuerdo con los Índices de Comercio al por Menor del mes de septiembre, en La Rioja las ventas en el comercio ciudad presentan una variación anual del 3,8% -con un crecimiento de 1,5 en lo que llevamos de este ejercicio-, algo mejores que las cifras nacionales, del -3,6 y el 1,4% respectivamente-. Sin embargo, este comportamiento positivo no se ha traducido en una dinamización del mercado de trabajo y es, precisamente, en esta comunidad donde el sector ha destruido más empleo a lo largo de 2024, un -0,8%, al contrario que el promedio del país, donde la generación de ocupaciones ha experimentado un crecimiento del 1,9%.

renciación que le otorguen ventas competitivas, una estrategia que aconsejan plasmar en un documento escrito.

Olarte, que apunta que entre otras actuaciones para dar a conocer le herramienta, han enviado 3.300 correos, ofrecido 515 explicaciones telefónicas, realizado 89 visitas presenciales, además del empleo de redes sociales, sesión residencial o whatsapp, anima a los profesionales a utilizar este instrumento. La catedrática se confiesa «muy satisfecha porque hemos ayudado a todos los que no les han pedido», y su compañero afirma que están «a disposición» de cualquier comerciante, al que van a ayudar, con explicaciones o visitas a sus establecimientos.

«Cuantos más lo hagan, mejor comercio vamos a tener, más y mejor se va a comprar en Logroño», destaca Jorge Pelegrín, que, a su vez, argumenta que «si se pueden atraer nuevos compradores» se activará la ciudad y Logroño se convertirá una «potencia y ejemplo» para el comercio minorista de todo el país.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, es una actuación de la Cátedra de Comercio, impulsado por la Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista.





De León a La Rioja

La Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja ha lanzado una aplicación gratuita que permitirá a los comerciantes de Logroño realizar autodiagnósticos y recibir recomendaciones de mejora. Esta herramienta se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Uni-

versidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos. En el caso de la institución leonesa ha sido Rosana Fuentes Fernández, profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León, quien ha contribuido en la



parte de Responsabilidad Social Corporativa. Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, destacó la importancia de esta iniciativa, que tiene como objetivo mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas. La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo,

elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad o gestión de la comunicación comercial.

la matrícula de los futuros alumnos para conocer su perfil de acceso y sus intereses de investigación; de otro, la Comisión Académica estudiará a partir de la demanda de optativas de los primeros cursos, un sistema eficaz de rotación de la optatividad.

El plan de estudios se asienta en 28 créditos comunes de realización obligatoria repartidos en 7 asignaturas, de carácter transversal y metodológico y propone dos posibles itinerarios de especialización: Identidad Europea y Cultura Hispánica y su Proyección, cada uno de los cuales cuenta con 20 créditos distribuidos en 5 asignaturas de carácter obligatorio. Así, se garantiza la especialización del discente según su procedencia y, sobre todo, su orientación investigadora, sin perder la riqueza de los conocimientos interdisciplinares ni la vocación transversal del máster.

El programa propone desde una perspectiva integradora, profundizar en los conocimientos adquiridos en los Grados de Artes y Humanidades, así como ofrecer nuevos campos de estudio no abordados en los grados de procedencia. Se plantean, así, nuevas líneas temáticas de estudio que, a su vez, comportarán la incorporación de nuevos métodos críticos que capaciten al alumno formado en los diversos Grados de Humanidades para iniciarse en la investigación, así como para el posterior acceso a los programas de doctorado.

En base a que en la rama de Humanidades la mayoría de los estudiantes que terminan sus estudios de grado se sienten llamados a una mejor capacitación a nivel pedagógico, el máster ahonda en dos competencias principales que alcanzan su pleno desarrollo: Capacidad de comunicar y aplicar los conocimientos en la vida cotidiana y especialmente en los ámbitos educativos; la competencia básica para que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que la sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Programa Erasmus con diferentes países y un contacto directo con el profesorado pese a la semipresencialidad —a través de diferentes vías— dan forma a este máster de la Universidad de León de la rama de Humanidades como pilar de la cultura y del desarrollo, siguiendo y teniendo en cuenta que, además, son clave para comprender y mejorar la sociedad actual.

Máster en Lingüística y Enseñanza del Español como Lengua Extranjera

Aprender a enseñar la lengua nativa



Estudiantes durante un intercambio de clases. ERASMO

El español es una de las lenguas más habladas del mundo y crece el interés por ella en países como Estados Unidos, Francia o Brasil

El máster en Lingüística y Enseñanza del Español como Lengua Extranjera de la Universidad de León es un título oficial de 90 créditos que se completa en tres semestres y está dirigido principalmente a personas que quieran ser profesores de español, independientemente de la titulación de la que procedan, pero priorizando las del ámbito lingüístico, filológico o de la traducción para la docencia de español como lengua extranjera. Asimismo da acceso a estudios de doctorado.

Se imparte en la Facultad de Filosofía y Letras y busca ofrecer formación especializada para cubrir el interés existente por aprender español, una de las lenguas más habladas en el planeta. En países anglosajones como Estados Unidos, Canadá, Australia, Irlanda, Reino Unido o Nueva Zelanda la demanda es grande y dentro de la Unión Europea, en Francia, Italia y Alemania es donde se concentra el ma-



Alumnos de español. JESÚS F. SAGIADORES

máster mientras que en la comunidad no existen estudios de posgrado con una temática cercana, ni en la orientación temática, ni en el carácter interdisciplinar. Por ello convierte al máster de la Universidad de León en una oferta única y con personalidad propia, dentro del abanico de másteres propuestos por las universidades públicas de Castilla y León y por el conjunto de las universidades españolas.

El número de plazas ofertadas en el máster actual es de 20 y para evitar la fragmentación del número de alumnos en las asignaturas optativas la Comisión Académica prevé dos acciones complementarias. De un lado la tutorización previa a





Las obras en los accesos al área pacificada de San José comienzan 13 meses después

Las puertas de entrada y salida a la 'supermanzana' al este de Logroño fueron adjudicadas en abril de 2023 por el gobierno de Hermoso de Mendoza

JAVIER CAMPOS

LOGROÑO. No uno ni dos ni tres, sino 13... 13 meses después de su adjudicación, el Ayuntamiento de Logroño ha iniciado la proyectada como primera fase para la creación del área pacificada prevista en el barrio de San José, entre las calles Madre de Dios, Luis de Ulloa, avenida de la Paz y San Millán.

Un proyecto heredado con financiación europea asumido sin 'peros' por Conrado Escobar tal y como lo había tramitado Pablo Hermoso de Mendoza (podría decirse que de los pocos, de hecho), y que sin embargo se ha retrasado más de un año pese a estar anunciado para el julio pasado.

Entonces, el cambio de alcalde tras las elecciones municipales dejó en el aire la reurbanización puntual de los accesos rodados perimetrales al citado barrio, que ahora por fin se convertirán en «puertas de entrada y salida» como ya existen en otras partes de la ciudad (desde la vecina Madre de Dios al CEIP Vicente Ochoa).

Y ello con el propósito de procurar la implantación en su interior de una zona de tráfico calmado siguiendo el modelo de la 'supermanzana'. Ayer, y después de que el PSOE ya cuestionase tal tardanza a principios de este mismo año, el Consistorio capitalino dio cuenta del inicio oficial de «las



obras para la creación de un área pacificada con espacios y tránsito rodados y peatonales más tranquilos y seguros».

La actuación, adjudicada en abril de 2023 a Ocisa por 706.741 euros, cuenta con financiación de la UE (hasta 446.280,30 euros), a través de los fondos Next Generation, y dispone de un plazo de ejecución de seis meses. «Se ha puesto en marcha tras solucionar la falta de contratación de la coordinación de seguridad y salud que

impidió su inicio tras su adjudicación», explica ahora el PP, en el ejecutivo desde junio.

Desde un punto de vista técnico, las obras posibilitarán la reurbanización de los accesos rodados y tránsito peatonales perimetrales, «con la implantación en su interior de un área de tráfico pacificado o calmado, que afectará a las entradas y salidas de las calles Beatos Mena y Navarrete, Padre Marín y Caballero de la Rosa, en sentido norte- sur, así como las

calles San José de Calasanz y Cigüeña, en sentido este-oeste».

Esa finalidad se conseguirá con la creación de 10 puertas de acceso (cinco de entrada y otras tantas de salida), que se concretan mediante un estrechamiento de los accesos rodados y la elevación de la calzada al nivel de la acera, junto con un cambio del pavimento y la señalética adecuada para que el conductor perciba con claridad que se accede a una zona de circulación más 'lenta'.

Primeros pasos para crear una cofradía de Semana Santa ligada a la iglesia de Jesuitas

J. C. B.

LOGROÑO. El proceso para crear la duodécima cofradía de Semana Santa en Logroño se ha puesto en marcha. Una veintena de personas ha constituido la asociación parroquial cofrade El Prendimiento, en la iglesia de San Ignacio de Loyola-Jesuitas, y esta tarde a las 18.00 horas tiene una reunión en su sede de la calle Huesca con el párroco y con el secretario diocesano de Hermandades y Cofradías de La Rioja, Fermín Labarga, para conocer los pasos que han de seguir para conformar una cofradía, un periodo que puede tardar entre tres y cinco años.

«Entre un grupo de gente que hemos pertenecido a diferentes cofradías surgió la idea de crear una nueva, nos pusimos en contacto con diversas parroquias y en la de Sagrado Corazón les pareció una gran idea», destaca Andrés Santo Domingo, uno de sus impulsores. Confía en que «una vez que ya nos pongamos en marcha, haya gente del colegio Jesuitas, tanto alumnos como padres, que se una» a esta cofradía que aspira a tener como paso El Beso de Judas. «Recrea el prendimiento en el Huerto de los Olivos, de ahí el nombre que hemos elegido», explica Santo Domingo, «cuando Jesús es traicionado por Judas después de la Última Cena». Ya están en contacto con imagineros para hacer el paso.



La realidad virtual del proyecto Incibe llega a Logroño

La plaza 1º de Mayo acoge hasta mañana la carpa del proyecto de realidad virtual Incibe, iniciativa que está desarrollando el Instituto Nacional de Ciberseguridad. Se trata de una actividad donde el alumnado aprenderá 'jugando' sobre ciberseguridad, mediante una experiencia que pretende fomentar una mayor concienciación sobre las amenazas digitales.

El comercio de ciudad podrá autodiagnosticarse para mejorar su servicio

LR.

LOGROÑO. La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado una herramienta 'on line' para el autodiagnóstico del comercio local. «El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento», explicaron ayer.

La aplicación en cuestión eva-

lúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas..., y a partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará consejos para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda. El acceso a la misma es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. El proyecto, que cuenta con financiación europea, se ha realizado con la colaboración de universidades como la Complutense de Madrid, la de León y la Rey Juan Carlos.



Agentes Comerciales



Mariola Bravo, presidenta del Colegio de Agentes Comerciales, defiende la aportación de estos profesionales en el desarrollo económico de la sociedad. / INGRID

EL DÍA / LA RIOJA

Los agentes comerciales son una pieza discreta pero fundamental para el tejido empresarial, especialmente en regiones como la nuestra, con gran protagonismo de las pymes. «Somos más que simples intermediarios; somos asesores de confianza, cruciales en nuestro motor económico», explica Mariola Bravo de Castro, presidenta del Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja.

Estos profesionales no solo actúan vinculando compañías y clientes, sino que también son determinantes en la introducción y distribución de productos en diversos mercados. Son «expertos en ventas que representan a empresas y promueven sus productos o servicios, en múltiples sectores».

Participan en todos los segmentos de la economía riojana, tanto representando productos de fabricación regional, como el calzado, la alimentación, el mueble o el sector del vino, como acercando a nuestra comunidad otro tipo de productos para su comercialización aquí. En el flujo de esas relaciones comerciales radica la labor de estos profesionales. «Somos más que representantes, asesores de confianza», insiste Bravo de Castro. «Reconocer su importancia y apoyar su desarrollo es esencial no solo para el crecimiento de las empresas individuales, sino para la prosperidad económica de La Rioja y de España en su conjunto».

A punto de cumplir un siglo, el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de La Rioja, fundado el 2 de

diciembre de 1926, presta una amplia cartera de servicios: asesoramiento jurídico y fiscal, uso profesional de todas sus salas y despachos, zona de coworking y networking, descuentos y ventajas en diferentes empresas, entre las que destacan aquellas dirigidas a paliar gastos como carburantes, hoteles, telefonía...

A esto se añade la formación específica para la obtención del Título Oficial de Agente Comercial expedido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, acceso a una bolsa interna de trabajo, seguro de accidentes y retirada de carne, o el acceso a un CRM adaptado a su profesión. Con todo ello, suministran el soporte y el apoyo necesario para acompañar a sus cole-

giados durante toda su carrera profesional. Y siguen a su lado cuando llega la jubilación, manteniendo un estrecho vínculo.

Además de garantizar la defensa de los derechos e intereses del colectivo, también buscan una conti-

nua mejora de su capacitación, para lo que colaboran con la Universidad de La Rioja y su Cátedra de Comercio. Ahora mismo están elaborando, además, un nuevo convenio con el Gobierno de La Rioja para abordar temas como el fomento del autoempleo joven y femenino, y el relevo generacional de la profesión.

Un impulso que es vital en un momento en el que estos profesionales se enfrentan a numerosos desafíos como la fluctuación de la demanda, la necesidad de actualizar constantemente sus conocimientos sobre productos y nuevas técnicas de venta, o la obligatoria reinversión del enfoque tradicional, con las nuevas herramientas digitales. A esto suman otras preocu-

paciones como los costes de desplazamiento, en constante aumento, por la alta movilidad que requiere este trabajo.

La tecnología ha abierto para este colectivo interesantes caminos para la expansión y eficiencia en ventas. Y además ha facilitado «nuevas formas de conciliación laboral y familiar que podrían atraer a más mujeres a la profesión, donde históricamente han estado subrepresentadas».

Quieren abrir sus puertas a nuevos profesionales y por eso ofrecen una bonificación en la cuota de ingreso para las colegiaciones que se produzcan en este segundo trimestre del año. Y en esa línea colaboran con el ámbito educativo para «atraer a nuevas generaciones». Para ello, mantienen encuentros con alumnos tanto de la Universidad, como de los centros riojanos de Formación Profesional. «Queremos ofrecerles confianza en el futuro profesional que les mostramos».

El 99% de los 130 profesionales registrados en el Colegio son autónomos y operan bajo el epígrafe 511, en el que la colegiación es obligatoria. Esto les diferencia frente a otros intermediarios del comercio. «Muchas empresas recurren a nosotros porque buscan garantías, y ya están utilizando nuestro servicio para lanzar sus ofertas a nuestra bolsa de trabajo».

Con estos retos, comienzan a prepararse para celebrar su centenario, que ven como una excelente ocasión para reflexionar sobre el impacto de su trabajo y renovar su compromiso con el tejido económico riojano.

MÁS QUE REPRESENTANTES, ASESORES DE CONFIANZA

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales, que agrupa a 130 profesionales, está a punto de cumplir un siglo de trayectoria en La Rioja

LA CUOTA DE INGRESO PARA LAS NUEVAS COLEGIACIONES SE BONIFICARÁ DURANTE ESTE TRIMESTRE



Escobar aboga por un crecimiento de la ciudad hacia el interior

El alcalde de Logroño, junto a representantes del Colegio de Arquitectos, Cámara de Comercio y la Universidad de La Rioja, analizan la influencia del desarrollo urbanístico en el comercio de proximidad

D. HERNANDO RIOJA / LOGROÑO

La segunda mesa redonda de la jornada 'Logroño, capital del comercio', organizada por el periódico El Día de La Rioja y La 7 de La Rioja, ha tenido como base el tema del comercio como eje vertebrador de la trama urbana.

En ella participaron el alcalde de Logroño, Conrado Escobar; el decano oficial del Decano Oficial de Arquitectos de La Rioja, Ángel Carrero; la directora de la Cátedra de

Comercio de la Universidad de La Rioja, Cristina Olarte; y el presidente de la Comisión de Comercio de la Cámara de Comercio de La Rioja, Fernando Cortezón.

Escobar indicó que Logroño tiene históricamente una vocación de ciudad lineal en paralelo al río Ebro, pero «lo que toca en la revisión del Plan general es crecer hacia dentro para aprovechar todos los aspectos urbanos».

El comercio de proximidad, señaló, es un ecosistema y una expresión que sirve para resumir lo que es una ciudad. «El comercio nos acerca a la sostenibilidad con mayúsculas pero apostando por la circularidad», apuntó.

Cortezón denunció que el urbanismo es «agresivo» contra los comerciantes. «Hay medidas europeas de descarbonización que hay que implementar pero creo que estas políticas urbanísticas tienen que estar consensuadas entre todos», solicitó. «El comercio necesita protección», remarcó.

Por su parte, Carrero apuntó que el pequeño comercio se puede diferenciar de las grandes superficies y las compras por internet apostando por el tema medioambiental. Explicó que existe un pacto verde europeo basado en la circularidad, la descarbonización y en que la huella de CO2 sea la mínima posible. Por ese motivo, planteó que el local pequeño tiene que defenderse generando muy poco CO2.

mostró abierta a la idea de conseguir que Logroño sea Capital Europea del Comercio de Proximidad. Aseguró que todo el mundo quiere vivir en una ciudad que no está clonada, como sucede con la capital riojana.

Destacó que Logroño cuenta con comercios centenarios, una singularidad y comercios en los barrios aunque «hacen falta más».

Los comercios, añadió, aportan un lugar donde relacionarse y comprar para la vida diaria.

CAPITAL EUROPEA. Olarte se



Ángel Carrero, Conrado Escobar, Raúl Briongos, Fernando Cortezón y Cristina Olarte en la segunda mesa redonda de la jornada. / INGRID

DECLARACIONES



CONRADO ESCOBAR
ALCALDE DE LOGROÑO

«El comercio nos acerca a la sostenibilidad con mayúsculas»



FERNANDO CORTEZÓN
PTE. COMISIÓN COMERCIO

«El comercio de la ciudad de Logroño necesita que se le proteja»



ÁNGEL CARRERO
DECANO ARQUITECTOS

«El comercio local se puede diferenciar apostando por el tema medioambiental»



CRISTINA OLARTE
DTRA. CAMARA COMERCIO UR

«Todo el mundo quiere vivir en una ciudad que no está clonada, como Logroño»

APUNTE

Apostar por los mayores y por la sostenibilidad

El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, remarcó el potencial que tiene el comercio de proximidad con respecto a las personas mayores. «Somos una de las regiones más envejecidas de España y eso hay que convertirlo en una oportunidad», destacó.

Escobar también abogó por la apostar por la responsabilidad climática. Por eso recordó que si la ciudadanía comprara los productos en el comercio local, la sociedad será más sostenible.



2 LOGROÑO, CAPITAL DEL COMERCIO

El Día de La Rioja MIÉRCOLES 31 DE ENERO DE 2024

Logroño, Capital Europea del Comercio de Proximidad



NUESTRO COMERCIO, UNA CUESTIÓN COLECTIVA

Logroño quiere recuperar y potenciar su vocación comercial para ser en 2026 capital europea

EL DÍA / LOGROÑO

Hermes, o Mercurio en su versión romana, es el dios del Olimpo al que se asocia con los mensajeros, las fronteras pero también con el ingenio y, como amalgama de todo ello, el comercio. Sus atributos (sandalias aladas, monedero, sombrero ancho y caduceo) pueden parecer pasados de moda aunque a buen seguro en cualquier barrio de la capital riojana no costará encontrar chancas a nuestro gusto, billetes distinguidos así como bonetes, chambergos o pamelas para vestir con elegancia nuestras cabezas y bastones para pasear por toda la ciudad. Tampoco faltan las versiones modernas (zapatillas deportivas, tarjeteros, gorras o bastones de senderismo) de todos estos atributos. Logroño es, desde los tiempos del fuero de Alfonso VI, un gran bazar surcado por el Ebro.

La Rioja, en general, y Logroño, en particular, siempre se han caracterizado por un razonable equilibrio del sector primario, secundario y terciario aunque la globalización acelerada ha dinamitado esta distribución. Pese a todos los avatares, el comercio riojano ocupa a 19.533 riojanos y riojanas. Esta cifra sumada a la de los 10.232 hosteleros y hosteleras en ejercicio (ocupación estrechamente ligada a la anterior) hace que uno de cada diez riojanos y riojanas se dediquen, profesionalmente, a esta actividad.

La capital fue reconocida en 1997 como primera Ciudad Comercial de España (también fue en 2012 primera Capital Gastronómica Española) y, 29 años después, aspira a ser distinguida como Capital Europea del Comercio de Proximidad (en 2014 ya fue Ciudad Europea del Deporte).

El comercio logroñés, al que le sobra ingenio y que no conoce fronteras, confía en recuperar el pulso de atáño, aprovechando las posibilidades de internet (acelera-

Logroño aspira en 2026 a ser capital europea del comercio de proximidad. Las tiendas de Logroño ofrecen una experiencia de compra única. / INGRID





Logroño siempre ha tenido una vocación comercial. El corazón comercial de la ciudad sigue latiendo en Portales y en el resto de barrios de la capital riojana. / OSCAR SOLORZANO

donde todos los cambios que se han sucedido en las últimas tres décadas), consolidando su condición de prescriptor de confianza y fidelizando a los jóvenes logroñeses que, aunque son conscientes de la importancia del pequeño comercio, como nativos digitales que son optan, en sus decisiones de compra, por lo *on line*.

De esta forma, se pierden la experiencia única que supone com-

prar en los negocios logroñeses, detenerse ante sus escaparates, *bichear* entre sus pertenencias y dejarse aconsejar por los prescriptores, fiables y solventes, que son los comerciantes riojanos.

El comercio logroñés sigue siendo capital.

FORO COMERCIAL. Con la vista puesta en el cercano 2026, el Espacio Lagares (Ruavieja, 18) acoge un

foro que, como este suplemento, lleva por título Logroño Capital del Comercio.

A las doce horas tendrá lugar una mesa redonda en la que se abordará el presente y futuro del comercio de la ciudad con la participación de Alfredo Iturriaga, Diego Ochoa, María del Carmen Pablo y Amaia Tomé, responsables, respectivamente, de las asociaciones comerciantes Plaza de Abastos, Pa-

seo 100 Tiendas, ZOCO y Logroño Casco Antiguo.

El foro organizado por *El Día de La Rioja* y *7 Rioja Televisión* concluirá con una segunda charla que lleva por título El comercio: eje vertebrador de la trama urbana. En la misma, el alcalde logroñés, Conrado Escobar, el decano del Colegio Oficial de Arquitectos, Ángel Carrero, la directora de la cátedra de Comercio de la Universidad de La

Rioja, Cristina Olarte, y el presidente de la Comisión de Comercio de la Cámara y a su vez presidente de FER Comercio, Fernando Cortezón, debatirán sobre la importancia de una actividad fundamental para Logroño, para sus moradores y los que no visitan, y que constituye una señal de identidad de una ciudad que, en 2026, aspira a ser reconocida como capital europea del comercio de proximidad.



Daniel Niño
MIKONOS



Daniel Niño, con sus hermanas Manuela y Marian en Mikonos. / CARLOS CUARTERO

«Está en manos de los clientes saber qué ciudad quieren»

Coopropietario, junto a sus hermanas Manuela y Marian de las tiendas de ropa y complementos de mujer Mikonos, Daniel Niño ha utilizado la herramienta, que valora como un instrumento que permite de manera «sencilla y rápida» autodiagnosticarse. «Es útil, y cualquier comerciante la tiene a mano de manera gratuita», destaca el dueño de Mikonos que argumenta que, de otra manera, si alguien desea hacer un chequeo de su establecimiento debe contratar una consultora externa,

cuyo coste sería mucho mayor y más dificultoso para un pequeño comercio. Explica que este instrumento de la Cátedra de Comercio permite evaluar diferentes áreas y comprobar «en qué punto estás» y en cuáles tu desempeño es mejorable. «Hay ámbitos en los que alcanzas un resultado óptimo, lo que ratifica que lo estás haciendo bien, y otros en el que no lo es tanto, aunque cuando ves de qué se trata ya eres consciente de que son puntos más débiles», asegura el propietario de Mikonos, que apunta que las crisis del comercio logroñés han sido recurrentes.

Recuerda que hace 35 años abrió el primer centro comercial y las posteriores vicisitudes que ha sufrido la ciudad que han afectado negativamente al comercio, situación que se ha agravado con el cambio en los hábitos de consumo, más vinculados al comercio electrónico. Consciente de que «cierra un establecimiento cada semana», apela a los logroñés a concienciarse sobre el valor del comercio minorista. «Está en sus manos comprar en el comercio-ciudad, que paga impuestos genera empleo y crea ciudad; hay que saber dónde queremos ir».

Amaia Tomé Arsuaga
ATYPICA

«No vale con esperar detrás del mostrador a ver quién entra»

Amaia Tomé, propietaria de Atypica, destaca las recomendaciones que ofrece la herramienta para un colectivo que se encuentra de «bajón». Señala que agradecen los instrumentos de mejora que se les ofrecen, pero reflexiona que el derrotismo es el sentimiento dominante entre en el colectivo. «Hay que cambiar esa mentalidad y pensar en qué se puede mejorar o cómo ganar atractivo para la tienda», considera Tomé, que apunta que, precisamente, este es uno de los fines de la herramienta de co-

mercio. Añade que «igual plantea cosas que no queremos oír», un aspecto que también valora la responsable de Atypica, que reflexiona que, seguramente, quien ha utilizado esta herramienta es aquel que aspira a contar con instrumentos de mejora o conocer en qué situación se encuentra su comercio.

Cuenta que hay cinco asociaciones de comercio trabajando en Logroño «todos a una» porque coincide en que si a «Logroño comercialmente le va bien, le va bien a quien tenga una tienda», aunque insiste en que el pesimismo es la nota do-

minante entre muchos de sus colegas. Apela a la autocrítica y a reflexionar sobre los aspectos que se pueden cambiar para adaptarse a los requerimientos de los clientes actuales, en un momento en el que no es «suficiente quedarse detrás del mostrador» y esperar a ver quién entra. «Eso ha cambiado y lo tenemos que asimilar, debemos estar presentes, como mínimo, en las redes», razona la propietaria de Atypica, que coincide con Daniel Niño en la necesidad «de hacer pedagogía» entre los logroñeses sobre el valor del comercio ciudad.



Amaia Tomé Arsuaga, dueña de Atypica. / CARLOS CUARTERO



VIERNES, 8 DE NOVIEMBRE con **El Día de La Rioja**

SUPLEMENTO LA RIOJA, COMPROMISO Y EMPRESA

Patrocina: **ADER** Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja

URBANISMO

Puertas de acceso al barrio de San José



Las obras de creación de un área pacificada en el barrio logroñés de San José avanzan tras la creación de cuatro de las diez puertas de acceso (cinco de entrada y otras tantas de salida).

Las próximas puertas en estar concluidas, en las que se trabaja actualmente, serán la de entrada por la calle Cigüeña y la de salida por Padre Marín. El proyecto se completará con la ejecución

de las puertas de entrada por Beatos Mena y Navarrete, Caballero de la Rosa y San José de Calasanz y con la de salida por la calle Cigüeña.

Estas actuaciones consisten en un estrechamiento de los accesos rodados y la elevación de la calzada al nivel de la acera, junto con un cambio del pavimento y la señalética adecuada para que el conductor perciba con claridad que se accede a un área de tráfico más calmado y pacificado, con el objeto de dar más seguridad al peatón, reforzando su prioridad en la movilidad de la zona.

La actuación, realizada por la empresa OCISA, tiene un presupuesto de 706.751 euros y cuenta con una subvención provisional de 446.280,30 euros de los Fondos Europeos Next Generation.

TRANSPORTE URBANO

Revisión del servicio de autobús urbano

El servicio de transporte público urbano de Logroño cuenta actualmente con diez líneas diurnas y tres nocturnas (conocidas como 'búhos') que cubren los diferentes barrios de la ciudad, así como parte de su área metropolitana.

Con el objetivo de continuar mejorándolo y ajustarlo a las necesidades actuales de cara a la licitación del próximo contrato, previsto para el año 2027, el Ayuntamiento de Logroño contratará una asistencia técnica para la redacción del futuro proyecto de prestación del servicio público de transporte urbano colectivo de viajeros.

Mediante este contrato, entre otros come-

tidos, la empresa adjudicataria estudiará la actual concesión de la ciudad y el resto de las concesiones de servicio público de transporte que puedan tener influencia en la misma.

La asistencia técnica también deberá analizar las líneas actuales y propondrá una ordenación y modernización de la concesión basándose en datos socioeconómicos, en el sistema de transportes del área metropolitana con influencia en el entorno urbano y otros datos como kilómetros recorridos, el origen y destino de los pasajeros, los aforos y frecuencias, accesibilidad, etc., para posteriormente definir la estructura del nuevo servicio.



Para llevar a cabo este proyecto, se ha aprobado un gasto de 153.624,84 euros (IVA incluido).

COMERCIO

Premios Comercio Excelente

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que reconocen las buenas prácticas y la excelencia del comercio local logroñés en su contribución al desarrollo de la capital riojana.

Esta nueva convocatoria cuenta con dos categorías de premios. Por un lado, los galardones honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes: 'Premio a la Mejor Trayectoria Individual' y 'Premio a la Continuidad Empresarial'. Y, por otro lado,

los galardones al mérito: 'Premio Digitalización', 'Premio Comercio Sostenible' y 'Premio Revelación'.

Las candidaturas podrán ser presentadas (por los propios interesados, así como por terceros como asociaciones de comerciantes) hasta el 11 de noviembre a las 23:59 horas a través del siguiente formulario: <https://forms.gle/np3yhYiaQamyGLLZ7>.

Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' se entregarán en una gala, que tendrá lugar el 13 de diciembre en el Espacio Lagares.



El concejal de Promoción de la ciudad en la presentación de los Premios Comercio Excelente 2024.



10 Colegios Profesionales

5.07.24 LA RIOJA

MARIOLA BRAVO DE CASTRO. Presidenta del Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja

«Hay que recuperar algunos hábitos de consumo tradicionales porque comercio local somos todos»

LOGROÑO

Mariola Bravo de Castro, presidenta del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de La Rioja comenta la situación de unos profesionales que, por las propias características regionales, cobran mucha importancia en nuestra comunidad autónoma.

– **En una región como La Rioja, donde las pymes y empresas familiares son mayoría, su papel en la economía regional es muy importante, pero ¿son suficientemente reconocidos?**

– Es especialmente en regiones como La Rioja, donde somos fundamentales para el tejido empresarial. No solo actuamos como intermediarios entre fabricantes y comercios, sino que jugamos un papel esencial en la introducción de las Pymes (pequeñas y medianas empresas) en diversos mercados, al expandir y distribuir productos regionales en contextos nacionales e internacionales. Reconocer nuestra gestión y apoyar su desarrollo es esencial para el crecimiento económico y para poner en valor todos los factores que integran el comercio de proximidad y cómo éste influye positivamente en nuestra región. Desde el Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja colaboramos muy activamente y apoyamos las iniciativas que surgen en este sentido.

– **¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta la profesión de agente comercial hoy en día?**

– El principal reto que tenemos delante los agentes comerciales es el relevo generacional de la profesión, y como parte del circuito del comercio es muy necesario concienciar sobre los valores que nuestro comercio aporta a la sociedad, no solo económicos, porque generar actividad en el comercio local se traduce en recursos, servicios y empleo en nuestra área, sino porque aporta asesoramiento personalizado, trato humano y vida en nuestros barrios que a su vez se revitalizan y revalorizan en esas zonas de las ciudades donde el co-

mercio está arraigado, y no hay nada más sostenible que comprar en el comercio local, si analizáramos la huella de carbono de muchos procedimientos en los hábitos de compra actuales, veríamos que de sostenibles tienen poco. Si el comercio local, de una u otra manera somos todos, debemos trabajar unidos en la recuperación de hábitos de consumo tradicionales que aportan muchos servicios de valor añadido, que pueden convivir perfectamente con otros hábitos más actuales propios de la digitalización de los diferentes sectores. Es importante recordar todos estos factores mediante campañas específicas.

Ventajas colegiales

– **¿Qué ventajas ofrece el Colegio a sus colegiados frente a otros profesionales?**

– Asesoramiento y ventajas esenciales para ser autosuficientes y competitivos detalladas en el cuadro de servicios adjunto y el sopor-

«Si analizamos la huella de carbono, veríamos que comprar en el comercio local es muy sostenible»

«Es muy necesario concienciar sobre los valores que nuestro comercio aporta a la sociedad»

«Desde que nació el Colegio hasta ahora, la tecnología ha revolucionado la labor de los agentes»



Mariola Bravo, en la sede del Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja. F. Díaz

te necesario para acompañar y respaldar al agente, ofreciéndole soluciones y apoyo durante todo el ejercicio de su vida profesional. También estamos trabajando en un convenio colaborativo con el Gobierno de La Rioja que abordará muchas áreas entre las que se encuentra el fomento del autoempleo, un servicio de relevo generacional, un espacio de coworking y networking y la formación especializada para la profesionalización del sector, siempre en colaboración con la Universidad de La Rioja y su Cátedra de Comercio, y establecemos lazos con organizaciones e instituciones comerciales, como la Cámara de Comercio, la FER, ATA, etc., para ofrecer oportunidades de negocio a nuestros agentes y asociaciones estratégicas buscando la mejora del entorno profesional a través de iniciativas conjuntas.

– **El Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja se creó hace un siglo, ¿cómo ha cambiado la profesión?**

– El Colegio de Agentes Comerciales de La Rioja fue fundado el día 2 de diciembre de 1926. Aunque en esencia la profesión sigue manteniendo el mismo objetivo de hacer casi un siglo, la tecnología y el radio de alcance que nos permite, ha revolucionado la labor de los agentes comerciales. Mi opinión personal es que la clave reside en combinar ambas realidades, la experiencia de la atención personalizada y las posibilidades que nos permiten las actuales herramientas digitales.

coac
La Rioja

SIN AGENTE
COMERCIAL
NO HAY
COMERCIO.

SERVICIOS Y
VENTAJAS
COLEGIALES



• Asesoramiento Jurídico y Fiscal gratuito.

• Formación especializada, Curso Oficial de Agentes Comercial y Experto Universitario en Agente Comercial en colaboración con la Universidad de La Rioja.

• Obtendrás el Título de Agente Comercial expedido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

• Servicio de Relevo Generacional.

• Acceso a la zona de coworking y networking de la sede colegial.

• Reserva gratuita de salas.

• BOLSA DE TRABAJO en la que las empresas solicitan agentes comerciales colegiados.

• Descuentos y ventajas en empresas de diferentes sectores como por ejemplo en carburantes, hoteles, telefonía, ...

• Acceso gratuito a ferias con tu carnet de agente comercial colegiado.

• Colaboración con Gobierno de La Rioja y Ayuntamiento de Logroño, FER, Cámara de Comercio de La Rioja, ATA La Rioja, Club de Marketing, etc.

Para mayor información: Colegio Oficial de Agentes Comerciales de La Rioja
C/ Rodencha 7 bajo 26004 Logroño (La Rioja)
Tel. 941 237 796 - la Rioja@coac.es - www.coaclarioja.es

Signos: 

Realiza tu visita virtual a las instalaciones del COAC La Rioja: <https://go.giffyDnu>



> LEÓN

El aliado del pequeño comercio

Una profesora de la ULE colabora en el desarrollo de una aplicación para ayudar a los comerciantes de Logroño a mejorar su competitividad / Esta herramienta realiza autodiagnósticos y proporciona recomendaciones. Por **E. Lera**

Es un reto. No saben qué se van a encontrar tras subir la persiana. Muchos de ellos están contra las cuerdas. Tienen problemas que vienen de atrás y nadie aporta soluciones. Otros sobreviven como pueden gracias a sus fieles clientes. El pequeño comercio agoniza. Las estadísticas son escalofrantes: más de 25 negocios echan el cierre cada día en España. La presión fiscal, el alza de los tipos, la inflación... impactan en los sueños de miles de personas que quieren seguir trabajando. Sin embargo, las ventas se desploman y ya no pueden asumir los costes. Piden ayuda para evitar una sangría.

Una buena fórmula para contribuir a la recuperación local es consumir en los comercios de barrio. Para ello, los establecimientos tienen que analizar su actividad para buscar potenciar los aspectos que atraen a más consumidores y eliminar los que frenan que los clientes entren en su tienda. En Logroño, a la hora de hacer esta radiografía van a contar con un aliado gracias a la Cátedra Extraordinaria de Comercio de La Universidad de La Rioja.

Un equipo de expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la

Universidad Rey Juan Carlos ha desarrollado una aplicación informática gratuita para ayudar a los comerciantes de esta ciudad. ¿Cómo? La herramienta, que cuenta con el respaldo de la Unión Europea NextGenerationEU, permite realizar un autodiagnóstico de cada tienda y ofrece recomendaciones personalizadas para mejorar y optimizar los establecimientos.

Este proyecto, según explica la profesora de la Universidad de León Rosana Fuentes Fernández, es innovador porque ofrece a los dueños de los negocios información detallada y consejos basados en sus propias realidades a través de una solución digital accesible y gratuita. Además, añade que utiliza tecnología avanzada para analizar datos y generar diagnósticos precisos, «algo que no es común en las herramientas que actualmente están disponibles para pequeños y medianos comercios».

¿Cómo funciona? Detalla que utiliza técnicas de recopilación y procesamiento de información para evaluar una variedad de elementos comerciales, incluida la atención al cliente, las estrategias de marketing y la gestión de inventarios. Con todos esos datos, comenta que los algoritmos entran en juego creando un informe que

incluye sugerencias útiles que se ajustan a las necesidades específicas de cada local.

En cuanto a las ventajas, Fuentes Fernández señala que la principal es la accesibilidad. «Es gratuita, por lo que no hay restricciones financieras para su uso», confirma. A este valor añadido se suma la personalización, es decir, está basada en los datos de los negocios, con lo cual ofrece sugerencias personalizadas. Otros tres puntos clave son, a su parecer, que mejora la competitividad al ayudar a los dueños a implementar cambios que destaquen sus fortalezas; la facilidad de uso o, en otras palabras, es sencilla de entender, lo que posibilita que cualquier persona, con independencia de su nivel de conocimiento tecnológico, pueda usarla con éxito, y la optimización de recursos, puesto que ayuda a los comerciantes a incrementar sus ganancias corrigiendo problemas en sus operaciones.

La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, provee-

dores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial, y responsabilidad social corporativa.

Este proyecto se inició en 2023 y culminó en mayo. En este sentido, la profesora de la Universidad de León comenta que la idea nació de la necesidad percibida de contar con herramientas eficaces y accesibles para que los pequeños y medianos comercios de Logroño puedan competir en un mercado cada vez más digital y global. Se realizó una encuesta para identificar las brechas y necesidades clave de las empresas, inspirando así la creación de soluciones tecnológicas que se ajusten a su realidad.

En esta línea, defiende que esta solución es única porque, aunque existen otras encaminadas a proporcionar un análisis general, la propuesta por este equipo interdisciplinario de expertos en negocios, tecnología y análisis de datos depende de información específica para cada industria, lo que se traduce en recomendaciones detalladas y prácticas. «La recompensa y su facilidad de uso la hacen única en el mercado», celebra.

Por el momento, Rosana Fuentes Fernández avanza que la apli-

cación se está probando en Logroño, donde trabajan con el Ayuntamiento y los dueños de los negocios para adaptarla a sus necesidades. «Este periodo de prueba nos permitirá recopilar comentarios y realizar los ajustes necesarios». Eso sí, advierte de que, en caso de que se quisiera poner en marcha, habría que solicitar permiso al Ayuntamiento de Logroño y a la Universidad de La Rioja, sus impulsores.

En el caso de la institución leonesa, esta profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa ha sido quien ha contribuido en la parte de Responsabilidad Social Corporativa. Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, por su parte, destaca la importancia de esta iniciativa, que tiene como meta mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas.

Los próximos pasos son, tal y como adelanta, que la herramienta se convierta en un referente que apoye la digitalización y mejore la competitividad del comercio local a nivel nacional e internacional. De hecho, deja claro que lo principal es que seguirán trabajando para impulsar el comercio local.



Fotografía de la presentación de la herramienta con los responsables de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja. UNIVERSIDAD DE LEÓN





> LEÓN

El aliado del pequeño comercio

Una profesora de la ULE colabora en el desarrollo de una aplicación para ayudar a los comerciantes de Logroño a mejorar su competitividad / Esta herramienta realiza autodiagnósticos y proporciona recomendaciones. Por **E. Lera**

Es un reto. No saben qué se van a encontrar tras subir la persiana. Muchos de ellos están contra las cuerdas. Tienen problemas que vienen de atrás y nadie aporta soluciones. Otros sobreviven como pueden gracias a sus fieles clientes. El pequeño comercio agoniza. Las estadísticas son escalofrantes: más de 25 negocios echan el cierre cada día en España. La presión fiscal, el alza de los tipos, la inflación... impactan en los sueños de miles de personas que quieren seguir trabajando. Sin embargo, las ventas se desploman y ya no pueden asumir los costes. Piden ayuda para evitar una sangría.

Una buena fórmula para contribuir a la recuperación local es consumir en los comercios de barrio. Para ello, los establecimientos tienen que analizar su actividad para buscar potenciar los aspectos que atraen a más consumidores y eliminar los que frenan que los clientes entren en su tienda. En Logroño, a la hora de hacer esta radiografía van a contar con un aliado gracias a la Cátedra Extraordinaria de Comercio de La Universidad de La Rioja.

Un equipo de expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la

Universidad Rey Juan Carlos ha desarrollado una aplicación informática gratuita para ayudar a los comerciantes de esta ciudad. ¿Cómo? La herramienta, que cuenta con el respaldo de la Unión Europea NextGenerationEU, permite realizar un autodiagnóstico de cada tienda y ofrece recomendaciones personalizadas para mejorar y optimizar los establecimientos.

Este proyecto, según explica la profesora de la Universidad de León Rosana Fuentes Fernández, es innovador porque ofrece a los dueños de los negocios información detallada y consejos basados en sus propias realidades a través de una solución digital accesible y gratuita. Además, añade que utiliza tecnología avanzada para analizar datos y generar diagnósticos precisos, «algo que no es común en las herramientas que actualmente están disponibles para pequeños y medianos comercios».

¿Cómo funciona? Detalla que utiliza técnicas de recopilación y procesamiento de información para evaluar una variedad de elementos comerciales, incluida la atención al cliente, las estrategias de marketing y la gestión de inventarios. Con todos esos datos, comenta que los algoritmos entran en juego creando un informe que

incluye sugerencias útiles que se ajustan a las necesidades específicas de cada local.

En cuanto a las ventajas, Fuentes Fernández señala que la principal es la accesibilidad. «Es gratuita, por lo que no hay restricciones financieras para su uso», confirma. A este valor añadido se suma la personalización, es decir, está basada en los datos de los negocios, con lo cual ofrece sugerencias personalizadas. Otros tres puntos clave son, a su parecer, que mejora la competitividad al ayudar a los dueños a implementar cambios que destaquen sus fortalezas; la facilidad de uso o, en otras palabras, es sencilla de entender, lo que posibilita que cualquier persona, con independencia de su nivel de conocimiento tecnológico, pueda usarla con éxito, y la optimización de recursos, puesto que ayuda a los comerciantes a incrementar sus ganancias corrigiendo problemas en sus operaciones.

La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, provee-

dores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial, y responsabilidad social corporativa.

Este proyecto se inició en 2023 y culminó en mayo. En este sentido, la profesora de la Universidad de León comenta que la idea nació de la necesidad percibida de contar con herramientas eficaces y accesibles para que los pequeños y medianos comercios de Logroño puedan competir en un mercado cada vez más digital y global. Se realizó una encuesta para identificar las brechas y necesidades clave de las empresas, inspirando así la creación de soluciones tecnológicas que se ajusten a su realidad.

En esta línea, defiende que esta solución es única porque, aunque existen otras encaminadas a proporcionar un análisis general, la propuesta por este equipo interdisciplinario de expertos en negocios, tecnología y análisis de datos depende de información específica para cada industria, lo que se traduce en recomendaciones detalladas y prácticas. «La recompensa y su facilidad de uso la hacen única en el mercado», celebra.

Por el momento, Rosana Fuentes Fernández avanza que la apli-

cación se está probando en Logroño, donde trabajan con el Ayuntamiento y los dueños de los negocios para adaptarla a sus necesidades. «Este periodo de prueba nos permitirá recopilar comentarios y realizar los ajustes necesarios». Eso sí, advierte de que, en caso de que se quisiera poner en marcha, habría que solicitar permiso al Ayuntamiento de Logroño y a la Universidad de La Rioja, sus impulsores.

En el caso de la institución leonesa, esta profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa ha sido quien ha contribuido en la parte de Responsabilidad Social Corporativa. Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, por su parte, destaca la importancia de esta iniciativa, que tiene como meta mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas.

Los próximos pasos son, tal y como adelanta, que la herramienta se convierta en un referente que apoye la digitalización y mejore la competitividad del comercio local a nivel nacional e internacional. De hecho, deja claro que lo principal es que seguirán trabajando para impulsar el comercio local.



Fotografía de la presentación de la herramienta con los responsables de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja. UNIVERSIDAD DE LEÓN





> LEÓN

El aliado del pequeño comercio

Una profesora de la ULE colabora en el desarrollo de una aplicación para ayudar a los comerciantes de Logroño a mejorar su competitividad / Esta herramienta realiza autodiagnósticos y proporciona recomendaciones. Por **E. Lera**

Es un reto. No saben qué se van a encontrar tras subir la persiana. Muchos de ellos están contra las cuerdas. Tienen problemas que vienen de atrás y nadie aporta soluciones. Otros sobreviven como pueden gracias a sus fieles clientes. El pequeño comercio agoniza. Las estadísticas son escalofrantes: más de 25 negocios echan el cierre cada día en España. La presión fiscal, el alza de los tipos, la inflación... impactan en los sueños de miles de personas que quieren seguir trabajando. Sin embargo, las ventas se desploman y ya no pueden asumir los costes. Piden ayuda para evitar una sangría.

Una buena fórmula para contribuir a la recuperación local es consumir en los comercios de barrio. Para ello, los establecimientos tienen que analizar su actividad para buscar potenciar los aspectos que atraen a más consumidores y eliminar los que frenan que los clientes entren en su tienda. En Logroño, a la hora de hacer esta radiografía van a contar con un aliado gracias a la Cátedra Extraordinaria de Comercio de La Universidad de La Rioja.

Un equipo de expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la

Universidad Rey Juan Carlos ha desarrollado una aplicación informática gratuita para ayudar a los comerciantes de esta ciudad. ¿Cómo? La herramienta, que cuenta con el respaldo de la Unión Europea NextGenerationEU, permite realizar un autodiagnóstico de cada tienda y ofrece recomendaciones personalizadas para mejorar y optimizar los establecimientos.

Este proyecto, según explica la profesora de la Universidad de León Rosana Fuentes Fernández, es innovador porque ofrece a los dueños de los negocios información detallada y consejos basados en sus propias realidades a través de una solución digital accesible y gratuita. Además, añade que utiliza tecnología avanzada para analizar datos y generar diagnósticos precisos, «algo que no es común en las herramientas que actualmente están disponibles para pequeños y medianos comercios».

¿Cómo funciona? Detalla que utiliza técnicas de recopilación y procesamiento de información para evaluar una variedad de elementos comerciales, incluida la atención al cliente, las estrategias de marketing y la gestión de inventarios. Con todos esos datos, comenta que los algoritmos entran en juego creando un informe que

incluye sugerencias útiles que se ajustan a las necesidades específicas de cada local.

En cuanto a las ventajas, Fuentes Fernández señala que la principal es la accesibilidad. «Es gratuita, por lo que no hay restricciones financieras para su uso», confirma. A este valor añadido se suma la personalización, es decir, está basada en los datos de los negocios, con lo cual ofrece sugerencias personalizadas. Otros tres puntos clave son, a su parecer, que mejora la competitividad al ayudar a los dueños a implementar cambios que destaquen sus fortalezas; la facilidad de uso o, en otras palabras, es sencilla de entender, lo que posibilita que cualquier persona, con independencia de su nivel de conocimiento tecnológico, pueda usarla con éxito, y la optimización de recursos, puesto que ayuda a los comerciantes a incrementar sus ganancias corrigiendo problemas en sus operaciones.

La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, provee-

dores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial, y responsabilidad social corporativa.

Este proyecto se inició en 2023 y culminó en mayo. En este sentido, la profesora de la Universidad de León comenta que la idea nació de la necesidad percibida de contar con herramientas eficaces y accesibles para que los pequeños y medianos comercios de Logroño puedan competir en un mercado cada vez más digital y global. Se realizó una encuesta para identificar las brechas y necesidades clave de las empresas, inspirando así la creación de soluciones tecnológicas que se ajusten a su realidad.

En esta línea, defiende que esta solución es única porque, aunque existen otras encaminadas a proporcionar un análisis general, la propuesta por este equipo interdisciplinario de expertos en negocios, tecnología y análisis de datos depende de información específica para cada industria, lo que se traduce en recomendaciones detalladas y prácticas. «La recompensa y su facilidad de uso la hacen única en el mercado», celebra.

Por el momento, Rosana Fuentes Fernández avanza que la apli-

cación se está probando en Logroño, donde trabajan con el Ayuntamiento y los dueños de los negocios para adaptarla a sus necesidades. «Este periodo de prueba nos permitirá recopilar comentarios y realizar los ajustes necesarios». Eso sí, advierte de que, en caso de que se quisiera poner en marcha, habría que solicitar permiso al Ayuntamiento de Logroño y a la Universidad de La Rioja, sus impulsores.

En el caso de la institución leonesa, esta profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa ha sido quien ha contribuido en la parte de Responsabilidad Social Corporativa. Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, por su parte, destaca la importancia de esta iniciativa, que tiene como meta mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas.

Los próximos pasos son, tal y como adelanta, que la herramienta se convierta en un referente que apoye la digitalización y mejore la competitividad del comercio local a nivel nacional e internacional. De hecho, deja claro que lo principal es que seguirán trabajando para impulsar el comercio local.



Fotografía de la presentación de la herramienta con los responsables de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja. UNIVERSIDAD DE LEÓN





> LEÓN

El aliado del pequeño comercio

Una profesora de la ULE colabora en el desarrollo de una aplicación para ayudar a los comerciantes de Logroño a mejorar su competitividad / Esta herramienta realiza autodiagnósticos y proporciona recomendaciones. Por **E. Lera**

Es un reto. No saben qué se van a encontrar tras subir la persiana. Muchos de ellos están contra las cuerdas. Tienen problemas que vienen de atrás y nadie aporta soluciones. Otros sobreviven como pueden gracias a sus fieles clientes. El pequeño comercio agoniza. Las estadísticas son escalofrantes: más de 25 negocios echan el cierre cada día en España. La presión fiscal, el alza de los tipos, la inflación... impactan en los sueños de miles de personas que quieren seguir trabajando. Sin embargo, las ventas se desploman y ya no pueden asumir los costes. Piden ayuda para evitar una sangría.

Una buena fórmula para contribuir a la recuperación local es consumir en los comercios de barrio. Para ello, los establecimientos tienen que analizar su actividad para buscar potenciar los aspectos que atraen a más consumidores y eliminar los que frenan que los clientes entren en su tienda. En Logroño, a la hora de hacer esta radiografía van a contar con un aliado gracias a la Cátedra Extraordinaria de Comercio de La Universidad de La Rioja.

Un equipo de expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la

Universidad Rey Juan Carlos ha desarrollado una aplicación informática gratuita para ayudar a los comerciantes de esta ciudad. ¿Cómo? La herramienta, que cuenta con el respaldo de la Unión Europea NextGenerationEU, permite realizar un autodiagnóstico de cada tienda y ofrece recomendaciones personalizadas para mejorar y optimizar los establecimientos.

Este proyecto, según explica la profesora de la Universidad de León Rosana Fuentes Fernández, es innovador porque ofrece a los dueños de los negocios información detallada y consejos basados en sus propias realidades a través de una solución digital accesible y gratuita. Además, añade que utiliza tecnología avanzada para analizar datos y generar diagnósticos precisos, «algo que no es común en las herramientas que actualmente están disponibles para pequeños y medianos comercios».

¿Cómo funciona? Detalla que utiliza técnicas de recopilación y procesamiento de información para evaluar una variedad de elementos comerciales, incluida la atención al cliente, las estrategias de marketing y la gestión de inventarios. Con todos esos datos, comenta que los algoritmos entran en juego creando un informe que

incluye sugerencias útiles que se ajustan a las necesidades específicas de cada local.

En cuanto a las ventajas, Fuentes Fernández señala que la principal es la accesibilidad. «Es gratuita, por lo que no hay restricciones financieras para su uso», confirma. A este valor añadido se suma la personalización, es decir, está basada en los datos de los negocios, con lo cual ofrece sugerencias personalizadas. Otros tres puntos clave son, a su parecer, que mejora la competitividad al ayudar a los dueños a implementar cambios que destaquen sus fortalezas; la facilidad de uso o, en otras palabras, es sencilla de entender, lo que posibilita que cualquier persona, con independencia de su nivel de conocimiento tecnológico, pueda usarla con éxito, y la optimización de recursos, puesto que ayuda a los comerciantes a incrementar sus ganancias corrigiendo problemas en sus operaciones.

La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, provee-

dores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial, y responsabilidad social corporativa.

Este proyecto se inició en 2023 y culminó en mayo. En este sentido, la profesora de la Universidad de León comenta que la idea nació de la necesidad percibida de contar con herramientas eficaces y accesibles para que los pequeños y medianos comercios de Logroño puedan competir en un mercado cada vez más digital y global. Se realizó una encuesta para identificar las brechas y necesidades clave de las empresas, inspirando así la creación de soluciones tecnológicas que se ajusten a su realidad.

En esta línea, defiende que esta solución es única porque, aunque existen otras encaminadas a proporcionar un análisis general, la propuesta por este equipo interdisciplinario de expertos en negocios, tecnología y análisis de datos depende de información específica para cada industria, lo que se traduce en recomendaciones detalladas y prácticas. «La recompensa y su facilidad de uso la hacen única en el mercado», celebra.

Por el momento, Rosana Fuentes Fernández avanza que la apli-

cación se está probando en Logroño, donde trabajan con el Ayuntamiento y los dueños de los negocios para adaptarla a sus necesidades. «Este periodo de prueba nos permitirá recopilar comentarios y realizar los ajustes necesarios». Eso sí, advierte de que, en caso de que se quisiera poner en marcha, habría que solicitar permiso al Ayuntamiento de Logroño y a la Universidad de La Rioja, sus impulsores.

En el caso de la institución leonesa, esta profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa ha sido quien ha contribuido en la parte de Responsabilidad Social Corporativa. Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, por su parte, destaca la importancia de esta iniciativa, que tiene como meta mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas.

Los próximos pasos son, tal y como adelanta, que la herramienta se convierta en un referente que apoye la digitalización y mejore la competitividad del comercio local a nivel nacional e internacional. De hecho, deja claro que lo principal es que seguirán trabajando para impulsar el comercio local.



Fotografía de la presentación de la herramienta con los responsables de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja. UNIVERSIDAD DE LEÓN

12LA RIOJA

El Día de La Rioja MIÉRCOLES 31 DE ENERO DE 2024

LOGROÑO | FONDOS EUROPEOS



Imagen de la calle Portales, uno de los ejes comerciales de la ciudad. / EL DÍA

El PSOE teme que se abandone el proyecto de IA para el sector comercial

Campos recuerda que en la anterior legislatura se consiguieron casi 2 millones para modernizar el sector. «Con el PP, será otra oportunidad perdida»

EL DÍA / LOGROÑO

El Grupo Municipal Socialista de Logroño reclama al equipo de Gobierno que «impulse, a la mayor brevedad, la ejecución del Proyecto de modernización tecnológica comercial de la ciudad de Logroño: Inteligencia Artificial (IA) y Robótica al servicio del comercio», que está centrado en el Casco Antiguo. Así lo detalló ayer la concejala socialista Esmeralda Campos, en una rueda informativa, en la que informó de que esta petición la formularán los socialistas, en forma de moción, en el Pleno convocado para mañana jueves.

Campos explicó que este proyecto fue concedido a Logroño en la pasada legislatura -gobernada por PSOE, Podemos IU y PR+ y está financiado con 1,9 millones de euros por los fondos europeos, inversión que, según ha dicho, ya está en las arcas del Ayuntamiento. La concejala socialista recalco que el anterior equipo de Gobierno, presidido por el socialista Pablo Hermoso de Mendoza, «captó los fondos para este proyecto, tras un duro trabajo y en concurrencia competitiva con otros municipios

de más de 50.000 habitantes».

En este sentido, los socialistas en el Ayuntamiento de Logroño, prosiguió, temen que se pierda este proyecto, ante «el silencio del PP que gobierna en el Ayuntamiento sobre este proyecto» y que pueda ser «otra oportunidad perdida y poner en riesgo los fondos obtenidos ya ingresados», informa Efe.

Entre las claves del proyecto, permite ordenar y controlar el ac-

ceso de vehículos de carga y descarga con lectura y gestión automática mediante visión artificial, el control de flujos de turistas o la realización de estudios de accesibilidad de la movilidad peatonal mediante mapas de calor, informó la concejala socialista.

También plantea el desarrollo de campañas publicitarias, mediante inteligencia artificial, para los comercios de Logroño.

APUNTE

La edil recuerda que «solo continúa el proyecto de la plaza de Abastos»

La concejala también puso el acento en que «de los 4 proyectos aprobados por el Ministerio y la Secretaría de Estado de Comercio a Logroño en las convocatorias del 2021 y 2022 para el impulso del comercio logroñés: Cien Tiendas, San Antón, el proyecto de IA y el

mercado de San Blas, solo se ha dado continuidad a este último». El resto han sido modificados o como el de modernización, se desconocen los planes del Ayuntamiento. En ese camino, Campos alertó sobre la rehabilitación del Mercado de San Blas e indicó que «los comerciantes nos indican que hace meses que no ven a ningún obrero trabajando en la plaza, pero la obra todavía no se ha reaccionado», así como «tampoco sabemos nada de la puesta en marcha de la primera planta ni de la licitación de los puestos vacíos».

PANORAMA

DEBATE

El Foro Promecal analiza el futuro del comercio y su influjo en el urbanismo

EL DÍA / LOGROÑO

La aportación del comercio a la economía local y a la propia configuración del urbanismo es un elemento capital en el desarrollo de las ciudades. Y analizar el presente y el futuro del sector en Logroño desde esa doble perspectiva es el tema central del 'Foro Logroño Capital del Comercio', organizado por La 7 de La Rioja TV y el El Día de La Rioja, en el que participarán destacados representantes de los ámbitos comercial, arquitectónico, vecinal y político, en sendas mesas redondas moderadas por el director del grupo de comunicación Promecal en La Rioja, Raúl Briongos. El

foro comenzará a las 12 horas en el Espacio Lagares (C/Ruavieja 18) y se estima una duración de dos horas.

En la primera de las mesas, 'Presente y futuro del comercio de Logroño', intervendrán Alfredo Iturriaga (Plaza de Abastos), Diego Ochoa (Comerciantes 100 Tiendas), María del Carmen Pablo (Asociación Zoco) y Amaya Tomé (Casco Antiguo). En la segunda, 'El comercio: Eje vertebrador de la trama urbana', debatirán el alcalde, Conrado Escobar; el decano del colegio de Arquitectos, Ángel Carrero; la directora de la Cátedra de Comercio de la UR, Cristina Olarte; y el presidente de FER Comercio, Fernando Cortezón.



Imagen de otro de los foros celebrados en el Espacio Lagares. / EL DÍA

LOGROÑO

El Mercado de San Blas avanza como eje turístico

EL DÍA / LOGROÑO

Los concejales Miguel Sáinz y Leonor González-Menorca participaron ayer en la jornada institucional de la 22ª edición de 'Madrid Fusión', la cita más importante del ámbito gastronómico a nivel nacional e internacional. Logroño trasladó el avance en el objetivo de generar un eje turístico y gastronómico que tenga en el Mercado de San Blas su epicentro tras la finalización de las obras de reforma que se están llevando a cabo. El Ejecutivo local está trabajando en un proyecto para el Mercado de San Blas centrado en los alimentos de calidad de nuestra tierra así como el producto de cercanía.

LOGROÑO

Trasladado al San Pedro un ciclista arrollado por un turismo en Lobete

Un ciclista fue trasladado ayer al Hospital San Pedro tras ser arrollado, a las 13,29 horas, por un turismo en Avenida de Lobete en Logroño, según ha informado SOS Rioja 112. Desde el Centro de Coordinación se movilizaron los Recursos de Emergencias del Seris y se notificó a Policía Local.

LOGROÑO

Sofocado un incendio en un piso de la calle Ingeniero de la Cierva

Bomberos del Ayuntamiento de Logroño sofocaron ayer el incendio de una cocina en Ingeniero de la Cierva que afectó a la conexión eléctrica del horno y la vitrocerámica, según datos de SOS Rioja 112. Desde el Centro de Coordinación se movilizaron Recursos Sanitarios del Servicio Riojano de Salud.



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

Resumen
Internet

05/01/2025



- Corte y confección sostenible en el Camero Nuevo

<https://www.larioja.com/comarcas/corte-confeccion-sostenible-camero-nuevo-20241219074416-nt.html>



- Por ser un comercio excelente

<https://www.influencersweb.com/por-ser-un-comercio-excelente/>



- Por ser un comercio excelente

<https://www.larioja.com/logrono/comercio-excelente-20241213145906-nt.html>



- El Ayuntamiento y la Cátedra de Comercio de la UR reconocen las buenas prácticas del comercio local

<https://actualidadriojabaja.com/el-ayuntamiento-y-la-catedra-de-comercio-de-la-ur-reconocen-las-buenas-practicas-del-comercio-local/>



- Germán Rodríguez, Cafés El Pato, Mitsou Art, Confe Rovelo y Arrebato, 'Premios Comercio Excelente de Logroño 2024'

<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3963232/german-rodriguez-cafes-el-pato-mitsou-art-confe-rovelo-y-arrebato-premios-comercio-excelente-de-logrono-2024/>



- Germán Rodríguez, Cafés El Pato, Mitsou Art, Confe Rovelo y Arrebato, 'Premios Comercio Excelente de Logroño 2024'

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-german-rodriguez-cafes-pato-mitsou-art-confe-rovelo-arrebato-premios-comercio-excelente-logrono-2024-20241213130328.html>



- Logroño actualiza su nómina de comercios «excelentes»

<https://nuevecuatrouno.com/2024/12/13/logrono-actualiza-nomina-comercios-excelentes/>



- El Ayuntamiento y la Cátedra de Comercio de la UR reconocen las buenas prácticas del comercio local con los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

<https://logrono.es/-/el-ayuntamiento-y-la-catedra-de-comercio-de-la-ur-reconocen-las-buenas-practicas-del-comercio-local-con-los-premios-comercio-excelente-de-la-ciudad-de-logrono-2024->



- Apenas el 5% de los comercios de Logroño se han autoevaluado

<https://www.eldiadelarioja.es/noticia/ze5c77b8e-ea7a-eaeb-49c61fba216b1923/202410/apenas-el-5-de-los-comercios-de-logrono-se-han-autoevaluado>



- El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?

<https://elobrero.es/opinion/150133-el-poder-de-lo-tangible-por-que-elegimos-las-tiendas-fisicas-en-la-era-digital.html>



- El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?

<https://es-us.noticias.yahoo.com/poder-tangible-elegimos-tiendas-f%25C3%25ADsicas-051948988.html>



- El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?

<https://theconversation.com/el-poder-de-lo-tangible-por-que-elegimos-las-tiendas-fisicas-en-la-era-digital-240616>



- La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

<https://www.noticiasde.es/la-rioja/la-catedra-de-comercio-convoca-los-premios-comercio-excelente-de-la-ciudad-de-logrono-2024/>



- La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-catedra-comercio-convoca-premios-comercio-excelente-ciudad-logrono-2024-20241003112906.html>



- La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3911431/la-catedra-de-comercio-convoca-los-premios-comercio-excelente-de-la-ciudad-de-logrono-2024/>



- La UR acoge un encuentro nacional de investigadores en economía y empresa

<https://nuevecuatrouno.com/2024/08/27/rioja-logrono-universidad-investigacion-economia-empresa/>



- La Cátedra de Comercio desarrolla su jornada sobre digitalización

<https://www.larioja.com/unirioja/catedra-comercio-desarrolla-jornada-sobre-digitalizacion-20240701184517-nt.html>



- La UR organiza una Jornada de Digitalización para el Comercio

<https://actualidadriobajaba.com/la-ur-organiza-una-jornada-de-digitalizacion-para-el-comercio/>



- La Cátedra de Comercio organiza el Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño'

<https://www.larioja.com/unirioja/catedra-comercio-organiza-curso-verano-navegando-futuro-20240627135029-nt.html>



- Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LAPStretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial

<https://www.noticiasde.es/la-rioja/laboratorio-de-aprendizaje-servicio-lapstretail-de-la-catedra-de-comercio-presenta-5-nuevos-tfg-sobre-sector-comercial/>



- Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LAPStretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-laboratorio-aprendizaje-servicio-lapstretail-catedra-comercio-presenta-nuevos-tfg-sector-comercial-20240621195744.html>



- Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LAPStretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial

https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/laboratorio-aprendizaje-servicio-lapstretail-catedra-comercio-presenta-nuevos-tfg-sobre-sector-comercial-20240621_3384689



- La UR ofrece 17 cursos de verano presenciales y online

<https://www.eldiadelarioja.es/noticia/z475702dd-f655-5817-88e8ca0ed504dd75/202406/la-ur-ofrece-17-cursos-de-verano-presenciales-y-online>



- Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line

<https://www.dailymur.com/los-cursos-de-verano-de-la-ur-ofrecen-un-programa-de-17-cursos-presenciales-semipresenciales-y-on-line/>



- Los programas de verano de la UR incluyen 17 cursos presenciales, semipresenciales y en línea

<https://www.noticiasde.es/la-rioja/los-programas-de-verano-de-la-ur-incluyen-17-cursos-presenciales-semipresenciales-y-en-linea/>



- Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line

<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3859829/los-cursos-de-verano-de-la-ur-ofrecen-un-programa-de-17-cursos-presenciales-semipresenciales-y-on-line/>



- Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-cursos-verano-ur-ofrecen-programa-17-cursos-presenciales-semipresenciales-on-line-20240616104714.html>



- La Universidad de La Rioja organiza 17 cursos de verano y llegan a Suiza

https://www.eldiario.es/la-rioja/universidad-rioja-organiza-17-cursos-verano-llegan-suiza_1_11448706.html



- Los Cursos de Verano de la UR ofrecen un programa formado por 17 cursos presenciales, semipresenciales y online

<https://www.larioja.com/unirioja/cursos-verano-ofrecen-programa-formado-cursos-presenciales-20240614100411-nt.html>



- La UR oferta 17 cursos de verano presenciales, semipresenciales y online

<https://nuevecuatrouno.com/2024/06/14/universidad-rioja-cursos-verano-oferta-presencial-semipresencial-online/>



- La Universidad hace una app para el comercio riojano

<https://www.diariodeleon.es/leon/240521/1540836/universidad-app-comercio-riojano.html>



- La ULE colabora en el desarrollo de una app para el comercio local de La Rioja

<https://leon24horas.net/actualidad/la-ule-colabora-en-el-desarrollo-de-una-app-para-el-comercio-local-de-la-rioja/>



- Buscar en La Rioja El comercio de ciudad podrá autodiagnosticarse para mejorar su servicio

<https://www.larioja.com/logrono/comercio-ciudad-podra-autodiagnosticarse-mejorar-servicio-20240517110403-nt.html>



- La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés

<https://www.agecu.es/2024/05/la-catedra-de-comercio-desarrolla-una-herramienta-para-el-autodiagnostico-del-comercio-local-logrones/>



- Una app gratuita permitirá a los comerciantes de Logroño hacer un autodiagnóstico y recibir recomendaciones de mejora

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-app-gratuita-permitira-comerciantes-logrono-hacer-autodiagnostico-recibir-recomendaciones-mejora-20240516132521.html>



- Una app gratuita permitirá a los comerciantes de Logroño hacer un autodiagnóstico y recibir recomendaciones de mejora

<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3838554/una-app-gratuita-permitira-a-los-comerciantes-de-logrono-hacer-un-autodiagnostico-y-recibir-recomendaciones-de-mejora/>



- Una herramienta online permitirá al comercio de Logroño identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento

https://www.eldiario.es/la-rioja/herramienta-online-permitira-comercio-logrono-identificar-areas-mejora-opportunidades-crecimiento_1_11371392.html



- La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés

<https://logrono.es/-/la-catedra-de-comercio-desarrolla-una-herramienta-para-el-autodiagnostico-del-comercio-local-logrones>



- Los comercios de Logroño contarán con una aplicación de autodiagnóstico

<https://nuevecuatrouno.com/2024/05/16/rioja-logrono-comercio-aplicacion-competitividad-beneficio/>



- La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés

<https://www.unirioja.es/la-catedra-de-comercio-desarrolla-una-herramienta-para-el-autodiagnostico-del-comercio-local-logrones/>



- Ayuntamiento y agentes comerciales abordan el emprendimiento para potenciar el comercio de proximidad y evitar posibles cierres

<https://logrono.es/-/ayuntamiento-y-agentes-comerciales-abordan-el-emprendimiento-para-potenciar-el-comercio-de-proximidad-y-evitar-posibles-cierres>



- En Logroño cierran unos 60 comercios al año por falta de relevo generacional

https://www.eldiario.es/la-rioja/logrono-cierran-60-comercios-ano-falta-relevo-generacional_1_11350233.html



- Ayuntamiento y agentes comerciales apuestan por emprendimiento y relevo generacional para potenciar comercio en Logroño

<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-ayuntamiento-agentes-comerciales-apuestan-emprendimiento-relevo-generacional-potenciar-comercio-logrono-20240508135019.html>



- Ayuntamiento y agentes comerciales apuestan por emprendimiento y relevo generacional para potenciar comercio en Logroño

<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3832406/ayuntamiento-y-agentes-comerciales-apuestan-por-emprendimiento-y-relevo-generacional-para-potenciar-comercio-en-logrono/>



- «Es necesario adaptarse al comportamiento del cliente»

<https://www.eldiadelarioja.es/noticia/z6c5efe03-c223-41b5-8c9c1e5d6b876c27/202403/es-necesario-adaptarse-al-comportamiento-del-cliente>



- El Ayuntamiento trabaja para proyectar el comercio local y que venir a comprar a Logroño “sea una experiencia de compra única y diferente”

<https://logrono.es/-/el-ayuntamiento-trabaja-para-proyectar-el-comercio-local-y-que-venir-a-comprar-a-logrono-sea-una-experiencia-de-compra-unica-y-diferente->



- Logroño trabaja para que “venir a comprar a la ciudad sea una experiencia única”

<https://nuevecuatrouno.com/2024/02/26/rioja-logrono-ayuntamiento-comercio-local-compras/>



- 'Beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física', el lunes 26

<https://www.larioja.com/unirioja/beneficios-inconvenientes-percibidos-consumidores-compras-tienda-fisica-20240222121024-nt.html>

- Logroño reduce en 300 sus establecimientos comerciales en el último lustro



<https://cadenaser.com/rioja/2024/02/20/logrono-reduce-en-300-sus-establecimientos-comerciales-en-el-ultimo-lustro-radio-rioja/>

- 25 de enero, hoy no es tu día



<https://www.laguaiago.com/la-rioja/25-de-enero-hoy-no-es-tu-dia-es-el-dia-de-la-publicidad/>

- A Crear se alía con los IES Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad



<http://www.gentedigital.es/logrono/noticia/3755651/a-crear-se-alia-con-los-ies-comercio-y-sagasta-para-conmemorar-el-dia-de-la-publicidad/>

- A Crear se alía con los IES Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad



<https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-crear-alia-ies-comercio-sagasta-conmemorar-dia-publicidad-20240122111236.html>

- El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



<https://es-us.noticias.yahoo.com/poder-tangible-elegimos-tiendas-f-25C3%25ADsicas-051948988.html>

- El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



<https://theconversation.com/el-poder-de-lo-tangible-por-que-elegimos-las-tiendas-fisicas-en-la-era-digital-240616>

Corte y confección sostenible en el Camero Nuevo

Lara Bazán (Confe Roveló) imparte con éxito, a mujeres y hombres, cursos gratuitos de coser que han alcanzado una dimensión social y de sostenibilidad. Lara Bazán acaba de recibir el galardón 'Comercio Sostenible' que otorga la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño por el proyecto emprendido en su tienda, Confe Roveló. En ella recicla los uniformes laborales de las empresas, adaptándolos a las normativas de seguridad o modernizando diseños con el fin de economizar recursos, consciente de que la industria textil es la segunda más contaminante del mundo. Y calcula que ya ha logrado que se reutilicen y no se desechen unas 1.500 prendas de trabajo.

Como esa idea de sostenibilidad se le ocurrió paseando por el entorno natural de El Rasillo de Cameros, Lara Bazán quiso devolver al pueblo lo que el pueblo le había dado y desde hace unas semanas imparte talleres de coser con una máquina que ha donado al municipio. Y tanto éxito están teniendo las clases que se han completado todas las inscripciones. «Continuando con la línea de sostenibilidad, han tenido muy buena acogida unos cursos gratuitos para aprender a usar la máquina de coser. Hay apuntadas mujeres y hombres», explica Lara Bazán. Los cursos son de dos horas, sábados y domingos, y de solo tres alumnos.

«Estamos contribuyendo a que la gente en el medio rural se haga sus propios arreglos, no deseches esa ropa y evitamos contaminación, favoreciendo un consumo responsable», destaca Lara Bazán. Y no solo eso, también cuenta con un fin social. Porque no solo acuden vecinos de El Rasillo sino de toda la zona. Pilar García, por ejemplo, acude desde Ortigosa. «Como estoy de baja, me vino muy bien el curso porque, al acabar, cogí mi propia máquina y estoy cosiendo. Tenía alguna noción, pero Lara me dio unas pinceladas y ahora estoy confeccionando un cojín», explica Pilar, quien está muy agradecida. «Le doy las gracias a Lara porque es una gran mujer», subraya Pilar.

«Estamos contribuyendo a que la gente en el mundo rural se haga sus arreglos y no deseches la ropa»

Lara Bazán

Confe Roveló

«Me vino muy bien el curso; al acabar cogí mi propia máquina y ahora estoy confeccionando un cojín»

Pilar García

Alumna del curso (Ortigosa)

«La gente se divierte. Hemos hecho unas bolsas para el pan y ahora todo el mundo va a por el pan con ellas»

Rubén Martínez Soriano

Alcalde de El Rasillo de Cameros

«Tiene una dimensión muy bonita, favorece la interacción entre las personas, la ayuda»

Nacho Ugarte

Alumno del curso (Logroño)

Por otra parte, el logroñés Nacho Ugarte es uno de esos hombres que se han inscrito para adquirir «unas nociones básicas y poder hacer trabajos muy sencillos de costura, pero suficientes para algunos arreglos domésticos». «Además de la utilidad práctica (arreglar los bajos de un pantalón, rematar unos cojines o cortinas...), tiene una dimensión social muy bonita, favorece la interacción entre las personas, la ayuda y la puesta en común de ideas e intereses» destaca Ugarte. Y avanza que desde los cursos han surgido ideas como la confección de banderines de fiestas para evitar el plástico, así como trajes y disfraces, utilizando telas reutilizadas. Todo reciclado.

Rubén Martínez Soriano, alcalde de El Rasillo, también ha sido alumno y expone que «así le damos vida al pueblo, y un poco, la gente se divierte». «Hemos hecho unas bolsas para el pan y ahora todo el mundo va a por el pan con ellas», describe. «Vienen de otros pueblos y mucha gente se ha quedado fuera», asegura.

Por ser un comercio excelente

Por 13 diciembre, 2024 Viernes, 13 de diciembre 2024, 14:59 Los ganadores de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' son para Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop & Studio, Confe Rovelo y Arrebato. El alcalde, Conrado Escobar; el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han anunciado los premios, junto a los comerciantes cuya labor se reconoce, este viernes.

Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', que cumplen este año su octava edición, reconocen la labor de quienes han trabajado durante años y cuentan con una trayectoria relevante, así como de aquellos profesionales que han incorporado elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

Para esta convocatoria se han recibido hasta 37 candidaturas a las cinco categorías establecidas. De ellas, 18 han sido para los premios honoríficos y 19 candidaturas han correspondido a los premios de mérito, que reconocen una acción concreta.

Los galardones

El premio honorífico a la Mejor Trayectoria Individual ha sido para Germán Rodríguez Rocandio por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60, cuando asumió la gestión del negocio familiar. A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha evolucionado desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica, se ha destacado desde el Ayuntamiento.

También se ha observado que Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre ha estado involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo señala que es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas, ha mencionado igualmente el Consistorio.

El mismo Rodríguez Rocandio ha apuntado, tras el anuncio de su galardón, la necesidad de «ganar e ilusión, así como fe en lo que hacemos, para recuperar lo perdido».

El premio honorífico a la Continuidad Empresarial se ha concedido a Cafés El Pato por su trayectoria de 101 años, desde que Orencio Martínez adquiriera la marca en 1923 y se estableciera en la calle Sagasta. Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad.

En nombre de Cafés El Pato, ha sido Joaquín Martínez quien se ha acercado al edificio consistorial a recoger su reconocimiento y, a la vez, se ha acordado del trabajo de las generaciones precedentes y de la apuesta realizada por la firma «por la extrema calidad». «Sin pequeño comercio no hay vida ni hay ciudad», ha dicho.

A Mitsou Art Shop & Studio se le ha dado el premio Digitalización por su apuesta por esta faceta en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el Casco Antiguo. Se le reconoce haber integrado tecnología de manera efectiva y ofrecer una experiencia omnicanal con la misma calidad tanto en el espacio físico como en el digital.

Desde Mitsou, Liliana Lima se ha fijado en la visibilidad que concede un galardón de este tipo, a la vez que ha recordado que toda la familia está volcada en esta iniciativa.

Confe Rovelo, comercio de moda laboral, ha resultado ganador del premio Comercio Sostenible por su apuesta por la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante. También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales, ha recordado la administración local.

Su representante, Lara Bazán, ha hablado de «profundo honor» el reconocimiento y también ha apuntado la ayuda que este tipo de certámenes representa.

El premio Revelación ha sido para Arrebato, un negocio que, con una trayectoria de 25 años, ha estrenado nueva ubicación en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto innovador. Marian San Martín, su propietaria, ha mencionado cómo, desde niña, cuando jugaba en el comercio de sus padres, quiso tener su propio comercio.

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La

Rioja, Ingrit Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' se ha previsto para las 20.00 horas en Espacio Lagares.

Comercios y comerciantes premiados en ediciones anteriores:

Año 2023

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Ricardo Angulo.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Bicicletas Rioja Sport.

Premio Superación: Pasión Ciclista.

Premio Digitalización: Mikonos.

Premio Sostenibilidad: La Bicha.

Año 2022

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Fernando Sáenz Duarte.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Cerezo.

Premio Superación: El Gardenista.

Premio Digitalización: Yo Chloé.

Premio Sostenibilidad: Planeta Limpio.

Año 2021

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan José San Miguel Pérez.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Curtidos Domínguez.

Premio Superación: Papín.

Premio Digitalización: Summertime by Bianca.

Premio Sostenibilidad: El Colletero.

Año 2020

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Cristina Pérez Codes.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Casa del Pimentón.

Premio Superación: Atipyca.

Premio a la Mejor Campaña Omnicanal: Pan Blanco.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Rosana Calvo HairCare Salón.

Año 2019

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Eduardo Villar.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Santos Ochoa.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: May Deco.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Frikomics.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: El koala verde.

Año 2018

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Javier De Torre García.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Juguetería Gónlez.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Novias Pilar Gil.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Trapería de Klaus.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Frusedulce.

Año 2017

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan Cruz del Río.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Golosina.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Asociación Cultural Lovisual.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': La Frikilería.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Herbolario Arcoíris.

Enlace de origen : Por ser un comercio excelente

Por ser un comercio excelente

Germán Rodríguez, Cafés El Pato, Mitsou, Arrebato y Confe Rovelo son los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'. Los ganadores de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' son para Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop & Studio, Confe Rovelo y Arrebato. El alcalde, Conrado Escobar; el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han anunciado los premios, junto a los comerciantes cuya labor se reconoce, este viernes. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', que cumplen este año su octava edición, reconocen la labor de quienes han trabajado durante años y cuentan con una trayectoria relevante, así como de aquellos profesionales que han incorporado elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

Para esta convocatoria se han recibido hasta 37 candidaturas a las cinco categorías establecidas. De ellas, 18 han sido para los premios honoríficos y 19 candidaturas han correspondido a los premios de mérito, que reconocen una acción concreta.

Los galardones

El premio honorífico a la Mejor Trayectoria Individual ha sido para Germán Rodríguez Rocandio por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60, cuando asumió la gestión del negocio familiar. A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha evolucionado desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica, se ha destacado desde el Ayuntamiento.

También se ha observado que Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre ha estado involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo señala que es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas, ha mencionado igualmente el Consistorio.

El mismo Rodríguez Rocandio ha apuntado, tras el anuncio de su galardón, la necesidad de «ganas e ilusión, así como fe en lo que hacemos, para recuperar lo perdido».

El premio honorífico a la Continuidad Empresarial se ha concedido a Cafés El Pato por su trayectoria de 101 años, desde que Orencio Martínez adquiriera la marca en 1923 y se estableciera en la calle Sagasta. Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad.

En nombre de Cafés El Pato, ha sido Joaquín Martínez quien se ha acercado al edificio consistorial a recoger su reconocimiento y, a la vez, se ha acordado del trabajo de las generaciones precedentes y de la apuesta realizada por la firma «por la extrema calidad». «Sin pequeño comercio no hay vida ni hay ciudad», ha dicho.

A Mitsou Art Shop & Studio se le ha dado el premio Digitalización por su apuesta por esta faceta en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el Casco Antiguo. Se le reconoce haber integrado tecnología de manera efectiva y ofrecer una experiencia omnicanal con la misma calidad tanto en el espacio físico como en el digital.

Desde Mitsou, Liliana Lima se ha fijado en la visibilidad que concede un galardón de este tipo, a la vez que ha recordado que toda la familia está volcada en esta iniciativa.

Confe Rovelo, comercio de moda laboral, ha resultado ganador del premio Comercio Sostenible por su apuesta por la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante. También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales, ha recordado la administración local.

Su representante, Lara Bazán, ha hablado de «profundo honor» el reconocimiento y también ha apuntado la ayuda que este tipo de certámenes representa.

El premio Revelación ha sido para Arrebato, un negocio que, con una trayectoria de 25 años, ha estrenado nueva ubicación en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto innovador. Marian San Martín, su propietaria, ha mencionado cómo, desde niña, cuando jugaba en el comercio de sus padres, quiso tener su propio comercio.

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La

Rioja, Ingrit Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' se ha previsto para las 20.00 horas en Espacio Lagares.

Comercios y comerciantes premiados en ediciones anteriores:

Año 2023

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Ricardo Angulo.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Bicicletas Rioja Sport.

Premio Superación: Pasión Ciclista.

Premio Digitalización: Mikonos.

Premio Sostenibilidad: La Bicha.

Año 2022

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Fernando Sáenz Duarte.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Cerezo.

Premio Superación: El Gardenista.

Premio Digitalización: Yo Chloé.

Premio Sostenibilidad: Planeta Limpio.

Año 2021

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan José San Miguel Pérez.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Curtidos Domínguez.

Premio Superación: Papín.

Premio Digitalización: Summertime by Bianca.

Premio Sostenibilidad: El Colletero.

Año 2020

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Cristina Pérez Codes.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Casa del Pimentón.

Premio Superación: Atipyca.

Premio a la Mejor Campaña Omnicanal: Pan Blanco.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Rosana Calvo HairCare Salón.

Año 2019

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Eduardo Villar.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Santos Ochoa.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: May Deco.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Frikomics.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: El koala verde.

Año 2018

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Javier De Torre García.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Juguetería Gónlez.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Novias Pilar Gil.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Trapería de Klaus.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Frusedulce.

Año 2017

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan Cruz del Río.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Golosina.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Asociación Cultural Lovisual.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': La Frikilería.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Herbolario Arcoíris.

El Ayuntamiento y la Cátedra de Comercio de la UR reconocen las buenas prácticas del comercio local



El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han anunciado esta mañana los ganadores de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se concederán esta tarde (Espacio Lagares, 20:00 horas) a Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop & Studio, Confe Rovelo y Arrebato. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' reconocen la labor de quienes han desarrollado durante muchos años su trabajo en la ciudad y cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han incluido elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

En esta octava edición se han recibido de 37 candidaturas a las cinco modalidades, de las que 18 fueron para los premios honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se representa mediante un diploma y una placa conmemorativa; y 19 candidaturas para los premios de mérito, que acreditan una acción o labor concreta y que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa.

Galardonados

Germán Rodríguez Rocandio, Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60 tras asumir la gestión del negocio familiar. A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha sabido evolucionar desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica. Además, Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo destaca que Germán es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas.

Cafés El Pato, Premio Honorífico a la Continuidad Empresarial por su destacada trayectoria de 101 años, desde que Orencio

Martínez adquiriera la marca en 1923 y estableciera sus primeras instalaciones en la calle Sagasta. Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad. A lo largo de un siglo, Cafés El Pato ha combinado tradición y excelencia, tostado y distribuyendo café tanto a clientes particulares como a pequeños establecimientos locales.

Mitsou Art Shop & Studio, Premio Digitalización por su destacada apuesta por la digitalización en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el casco antiguo de Logroño. Este comercio ha integrado tecnología de manera efectiva y ofrece una experiencia omnicanal con la misma calidad, tanto en el espacio físico como en el digital. Así, su página web refleja su esencia artística, complementada por una tienda online, una newsletter y una activa comunidad de seguidores en redes sociales. Esta estrategia ha redefinido la interacción cliente-negocio para promover el arte y mejorar la experiencia de compra en todos los formatos.

Confe Rovelo, Premio Comercio Sostenible. Ser un comercio responsable y respetuoso con el medio ambiente es la esencia de esta tienda de moda laboral, que destaca por su enfoque integral en materia de sostenibilidad ambiental, social e inclusiva. Con este espíritu innovador ha implementado la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir de este modo al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante. También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales.

Arrebato, Premio Revelación. Con una trayectoria de 25 años, ha abierto una nueva tienda (quintuplicando su espacio) en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto vanguardista que busca dinamizar y revitalizar la zona. Su enfoque disruptivo, con un diseño innovador ha dado lugar a un espacio único que ha sorprendido a los clientes.

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja, Ingrid Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se convertirá en un homenaje al comercio local logroñés, tendrá lugar esta tarde a las 20:00 horas en Espacio Lagares.

Comercios y comerciantes premiados en ediciones anteriores

Año 2023

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Ricardo Angulo.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Bicicletas Rioja Sport.

Premio Superación: Pasión Ciclista.

Premio Digitalización: Mikonos.

Premio Sostenibilidad: La Bicha.

Año 2022

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Fernando Sáenz Duarte.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Cerezo.

Premio Superación: El Gardenista.

Premio Digitalización: Yo Chloé.

Premio Sostenibilidad: Planeta Limpio.

Año 2021

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan José San Miguel Pérez.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Curtidos Domínguez.

Premio Superación: Papín.

Premio Digitalización: Summertime by Bianca.

Premio Sostenibilidad: El Colletero.

Año 2020

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Cristina Pérez Codes.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Casa del Pimentón.

Premio Superación: Atipyca.

Premio a la Mejor Campaña Omnicanal: Pan Blanco.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Rosana Calvo HairCare Salón.

Año 2019

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Eduardo Villar.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Santos Ochoa.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: May Deco.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Frikomics.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: El koala verde.

Año 2018

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Javier De Torre García.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Juguetería Gónlez.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Novias Pilar Gil.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Trapería de Klaus.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Frusedulce.

Año 2017

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan Cruz del Río.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Golosina.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Asociación Cultural Lovisual.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': La Frikilería.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Herbolario Arcoiris.

Cátedra de Comercio

La Cátedra Extraordinaria de Comercio nació en 2010 a iniciativa de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja y del Ayuntamiento de Logroño para apoyar e impulsar el comercio minorista de la ciudad mediante la formación y la investigación.

En la actualidad cuenta con el patrocinio del Ayuntamiento de Logroño, cuyo convenio de colaboración con la Universidad de La Rioja permite financiar las actividades de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

Dirigida por Cristina Olarte, Catedrática del Área de Investigación y Comercialización de Mercados de la Universidad de La Rioja, la Cátedra Extraordinaria de Comercio desarrolla actividades en tres ejes principales: la investigación (con énfasis en los nuevos modos de atención al cliente y la influencia de las nuevas tecnologías), la transferencia de conocimiento (con actividades de formación para el sector) y la difusión (por medio de premios al comercio, entre otras actividades).

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->



Germán Rodríguez, Cafés El Pato, Mitsou Art, Confe Rovelo y Arrebato, 'Premios Comercio Excelente de Logroño 2024'

Germán Rodríguez Rocandio, de Óptica Cornet; Cafés El Pato; Mitsou Art Shop & Studio; Confe Rovelo y Arrebato han sido los galardonados con los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que este viernes se han dado a conocer en el Ayuntamiento, antes de su entrega, esta tarde, a las 20 horas en el Espacio Lagares.

LOGROÑO, 13 (EUROPA PRESS)

Germán Rodríguez Rocandio, de Óptica Cornet; Cafés El Pato; Mitsou Art Shop & Studio; Confe Rovelo y Arrebato han sido los galardonados con los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que este viernes se han dado a conocer en el Ayuntamiento, antes de su entrega, esta tarde, a las 20 horas en el Espacio Lagares.

El alcalde de Logroño, Conrado Escobar; el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han dado cuenta de los premios, reconocen, en palabras de Escobar, "todo lo que se ha hecho, pero sobre todo, todo lo que queda por hacer".

Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' reconocen la labor de quienes han desarrollado durante muchos años su trabajo en la ciudad y cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han incluido elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

En esta octava edición se han recibido de 37 candidaturas a las cinco modalidades, de las que 18 fueron para los premios honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se representa mediante un diploma y una placa conmemorativa; y 19 candidaturas para los premios de mérito, que acreditan una acción o labor concreta y que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa.

LOS PREMIADOS.

Germán Rodríguez Rocandio ha sido reconocido con el Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60 tras asumir la gestión del negocio familiar.

"Un comerciante -ha destacado el alcalde- a quien conozco muy bien personalmente, que siempre ha sido y sigue siendo muy beligerante en la dinamización del Casco Antiguo. Un comerciante de rompe y rasga, junto a toda su familia".

A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha sabido evolucionar desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica. Además, Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre involucrado en mejorar el comercio logroñés.

La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo destaca que Germán es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas. El premiado ha asegurado que, "como ha dicho el alcalde, vale lo hecho pero vale más lo que se hará a partir de ahora, con ganas, ilusión y recuperando la fe, se va a recuperar lo perdido".

El Premio Honorífico a la Continuidad Empresarial ha sido para Cafés El Pato por su destacada trayectoria de 101 años, desde que Orencio Martínez adquiriera la marca en 1923 y estableciera sus primeras instalaciones en la calle Sagasta.

"Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad. Ahora, Joaquín al frente reparte cariño, conversación y, de vez en cuando, hace descuentos", ha bromeado Escobar.

A lo largo de un siglo, Cafés El Pato ha combinado tradición y excelencia, tostado y distribuyendo café tanto a clientes particulares como a pequeños establecimientos locales.

En palabras de Joaquín al recibir el premio, "es un orgullo y una alegría, no tanto por esta cuarta generación, sino por las anteriores", al tiempo que ha apostado por "la extrema calidad" y ha asegurado que "sin pequeño comercio, no hay ciudad".

Mitsou Art Shop & Studio ha sido Premio Digitalización por su destacada apuesta por la digitalización en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el casco antiguo de Logroño. Este comercio ha integrado tecnología de manera efectiva y ofrece una experiencia omnicanal con la misma calidad, tanto en el espacio físico como en el digital.

Así, su página web refleja su esencia artística, complementada por una tienda online, una newsletter y una activa comunidad de seguidores en redes sociales. Esta estrategia ha redefinido la interacción cliente-negocio para promover el arte y mejorar la experiencia de compra en todos los formatos. "Un gran esfuerzo -ha dicho su responsable, Liliana- para el que este

reconocimiento es muy importante, nos anima a ir un poco más allá".

Confe Rovelo ha recibido el Premio Comercio Sostenible, porque, como ha subrayado su responsable, "la sostenibilidad es un compromiso con el planeta y con nuestros clientes". Ser un comercio responsable y respetuoso con el medio ambiente es la esencia de esta tienda de moda laboral, que destaca por su enfoque integral en materia de sostenibilidad ambiental, social e inclusiva.

Con este espíritu innovador ha implementado la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir de este modo al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante.

También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales. Por todo ello, su responsable ha recibido el premio "con un profundo honor, se agradecen este tipo de iniciativas, porque todo ayuda".

Y, por último, el Premio Revelación ha sido para Arrebato. Con una trayectoria de 25 años, ha abierto una nueva tienda, quintuplicando su espacio, en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto vanguardista que busca dinamizar y revitalizar la zona.

Su enfoque disruptivo, con un diseño innovador ha dado lugar a un espacio único que ha sorprendido a los clientes. Marian, su representante, ha afirmado emocionada que "de pequeña jugaba en la tienda de mis padres, y quería tener mi propia tienda, he cumplido ese sueño".

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja, Ingrit Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se convertirá en un homenaje al comercio local logroñés, tendrá lugar esta tarde a las 20 horas en Espacio Lagares.

Germán Rodríguez, Cafés El Pato, Mitsou Art, Confe Rovelo y Arrebato, 'Premios Comercio Excelente de Logroño 2024'



LOGROÑO, 13 Dic. (EUROPA PRESS) - Germán Rodríguez Rocandio, de Óptica Cornet; Cafés El Pato; Mitsou Art Shop & Studio; Confe Rovelo y Arrebato han sido los galardonados con los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que este viernes se han dado a conocer en el Ayuntamiento, antes de su entrega, esta tarde, a las 20 horas en el Espacio Lagares El alcalde de Logroño, Conrado Escobar; el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han dado cuenta de los premios, reconocen, en palabras de Escobar, "todo lo que se ha hecho, pero sobre todo, todo lo que queda por hacer".

Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' reconocen la labor de quienes han desarrollado durante muchos años su trabajo en la ciudad y cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han incluido elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

En esta octava edición se han recibido de 37 candidaturas a las cinco modalidades, de las que 18 fueron para los premios honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se representa mediante un diploma y una placa conmemorativa; y 19 candidaturas para los premios de mérito, que acreditan una acción o labor concreta y que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa.

LOS PREMIADOS.

Germán Rodríguez Rocandio ha sido reconocido con el Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60 tras asumir la gestión del negocio familiar.

"Un comerciante -ha destacado el alcalde- a quien conozco muy bien personalmente, que siempre ha sido y sigue siendo muy beligerante en la dinamización del Casco Antiguo. Un comerciante de rompe y rasga, junto a toda su familia".

A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha sabido evolucionar desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica. Además, Germán Rodríguez fue

fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo destaca que Germán es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas. El premiado ha asegurado que, "como ha dicho el alcalde, vale lo hecho pero vale más lo que se hará a partir de ahora, con ganas, ilusión y recuperando la fe, se va a recuperar lo perdido".

El Premio Honorífico a la Continuidad Empresarial ha sido para Cafés El Pato por su destacada trayectoria de 101 años, desde que Orencio Martínez adquiriera la marca en 1923 y estableciera sus primeras instalaciones en la calle Sagasta.

"Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad. Ahora, Joaquín al frente reparte cariño, conversación y, de vez en cuando, hace descuentos", ha bromeado Escobar.

A lo largo de un siglo, Cafés El Pato ha combinado tradición y excelencia, tostando y distribuyendo café tanto a clientes particulares como a pequeños establecimientos locales.

En palabras de Joaquín al recibir el premio, "es un orgullo y una alegría, no tanto por esta cuarta generación, sino por las anteriores", al tiempo que ha apostado por "la extrema calidad" y ha asegurado que "sin pequeño comercio, no hay ciudad".

Mitsou Art Shop & Studio ha sido Premio Digitalización por su destacada apuesta por la digitalización en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el casco antiguo de Logroño. Este comercio ha integrado tecnología de manera efectiva y ofrece una experiencia omnicanal con la misma calidad, tanto en el espacio físico como en el digital.

Así, su página web refleja su esencia artística, complementada por una tienda online, una newsletter y una activa comunidad de seguidores en redes sociales. Esta estrategia ha redefinido la interacción cliente-negocio para promover el arte y mejorar la experiencia de compra en todos los formatos. "Un gran esfuerzo -ha dicho su responsable, Liliana- para el que este reconocimiento es muy importante, nos anima a ir un poco más allá".

Confe Roveló ha recibido el Premio Comercio Sostenible, porque, como ha subrayado su responsable, "la sostenibilidad es un compromiso con el planeta y con nuestros clientes". Ser un comercio responsable y respetuoso con el medio ambiente es la esencia de esta tienda de moda laboral, que destaca por su enfoque integral en materia de sostenibilidad ambiental, social e inclusiva.

Con este espíritu innovador ha implementado la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir de este modo al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante.

También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales. Por todo ello, su responsable ha recibido el premio "con un profundo honor, se agradecen este tipo de iniciativas, porque todo ayuda".

Y, por último, el Premio Revelación ha sido para Arrebato. Con una trayectoria de 25 años, ha abierto una nueva tienda, quintuplicando su espacio, en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto vanguardista que busca dinamizar y revitalizar la zona.

Su enfoque disruptivo, con un diseño innovador ha dado lugar a un espacio único que ha sorprendido a los clientes. Marian, su representante, ha afirmado emocionada que "de pequeña jugaba en la tienda de mis padres, y quería tener mi propia tienda, he cumplido ese sueño".

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja, Ingrid Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se convertirá en un homenaje al comercio local logroñés, tendrá lugar esta tarde a las 20 horas en Espacio Lagares.

Logroño actualiza su nómina de comercios «excelentes»

El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han anunciado este viernes los ganadores de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se concederán esta tarde (Espacio Lagares, 20:00 horas) a Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop & Studio, Confe Rovelo y Arrebato. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' reconocen la labor de quienes han desarrollado durante muchos años su trabajo en la ciudad y cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han incluido elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

En esta octava edición se han recibido de 37 candidaturas a las cinco modalidades, de las que 18 fueron para los premios honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se representa mediante un diploma y una placa conmemorativa; y 19 candidaturas para los premios de mérito, que acreditan una acción o labor concreta y que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa.

Galardonados

Germán Rodríguez Rocandio, Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60 tras asumir la gestión del negocio familiar. A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha sabido evolucionar desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica. Además, Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo destaca que Germán es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas.

Cafés El Pato, Premio Honorífico a la Continuidad Empresarial por su destacada trayectoria de 101 años, desde que Orencio Martínez adquiriera la marca en 1923 y estableciera sus primeras instalaciones en la calle Sagasta. Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad. A lo largo de un siglo, Cafés El Pato ha combinado tradición y excelencia, tostado y distribuyendo café tanto a clientes particulares como a pequeños establecimientos locales.

Mitsou Art Shop & Studio, Premio Digitalización por su destacada apuesta por la digitalización en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el casco antiguo de Logroño. Este comercio ha integrado tecnología de manera efectiva y ofrece una experiencia omnicanal con la misma calidad, tanto en el espacio físico como en el digital. Así, su página web refleja su esencia artística, complementada por una tienda online, una newsletter y una activa comunidad de seguidores en redes sociales. Esta estrategia ha redefinido la interacción cliente-negocio para promover el arte y mejorar la experiencia de compra en todos los formatos.

Confe Rovelo, Premio Comercio Sostenible. Ser un comercio responsable y respetuoso con el medio ambiente es la esencia de esta tienda de moda laboral, que destaca por su enfoque integral en materia de sostenibilidad ambiental, social e inclusiva. Con este espíritu innovador ha implementado la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir de este modo al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante. También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales.

Arrebato, Premio Revelación. Con una trayectoria de 25 años, ha abierto una nueva tienda (quintuplicando su espacio) en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto vanguardista que busca dinamizar y revitalizar la zona. Su enfoque disruptivo, con un diseño innovador ha dado lugar a un espacio único que ha sorprendido a los clientes.

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja, Ingrit Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se convertirá en un homenaje al comercio local logroñés, tendrá lugar esta tarde a las 20:00 horas en Espacio Lagares.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->

El Ayuntamiento y la Cátedra de Comercio de la UR reconocen las buenas prácticas del comercio local con los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'



El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, el vicerrector de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja (UR), Jorge Pelegrín, y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la UR, Cristina Olarte, han anunciado esta mañana los ganadores de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se concederán esta tarde (Espacio Lagares, 20:00 horas) a Germán Rodríguez Rocandio, Cafés El Pato, Mitsou Art Shop & Studio, Confe Rovelo y Arrebato. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' reconocen la labor de quienes han desarrollado durante muchos años su trabajo en la ciudad y cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han incluido elementos innovadores, diferenciales y de mejora en la atención a los clientes.

En esta octava edición se han recibido de 37 candidaturas a las cinco modalidades, de las que 18 fueron para los premios honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se representa mediante un diploma y una placa conmemorativa; y 19 candidaturas para los premios de mérito, que acreditan una acción o labor concreta y que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa.

Galardonados

Germán Rodríguez Rocandio, Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual por su trabajo al frente de Óptica y Relojería Cornet desde finales de los años 60 tras asumir la gestión del negocio familiar. A sus 78 años, continúa liderando la segunda generación de este comercio, que ha sabido evolucionar desde sus orígenes artesanales hasta la incorporación de las más avanzadas tecnologías en relojería y óptica. Además, Germán Rodríguez fue fundador de la antigua Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo y siempre involucrado en mejorar el comercio logroñés. La actual Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo destaca que Germán es un referente de compromiso y adaptación en el comercio local, ejemplo de perseverancia y dedicación a lo largo de casi seis décadas.

Cafés El Pato, Premio Honorífico a la Continuidad Empresarial por su destacada trayectoria de 101 años, desde que Orencio

Martínez adquiriera la marca en 1923 y estableciera sus primeras instalaciones en la calle Sagasta. Cuatro generaciones de la familia Martínez han mantenido el legado y el emblemático local de la calle Hermanos Moroy, un punto de referencia para la venta al por menor y la degustación de cafés de calidad. A lo largo de un siglo, Cafés El Pato ha combinado tradición y excelencia, tostado y distribuyendo café tanto a clientes particulares como a pequeños establecimientos locales.

Mitsou Art Shop & Studio, Premio Digitalización por su destacada apuesta por la digitalización en sus siete años de actividad como tienda-taller de arte en el casco antiguo de Logroño. Este comercio ha integrado tecnología de manera efectiva y ofrece una experiencia omnicanal con la misma calidad, tanto en el espacio físico como en el digital. Así, su página web refleja su esencia artística, complementada por una tienda online, una newsletter y una activa comunidad de seguidores en redes sociales. Esta estrategia ha redefinido la interacción cliente-negocio para promover el arte y mejorar la experiencia de compra en todos los formatos.

Confe Rovelo, Premio Comercio Sostenible. Ser un comercio responsable y respetuoso con el medio ambiente es la esencia de esta tienda de moda laboral, que destaca por su enfoque integral en materia de sostenibilidad ambiental, social e inclusiva. Con este espíritu innovador ha implementado la transformación y la reutilización de uniformes para evitar el desperdicio de materiales y contribuir de este modo al consumo responsable. Además, utiliza tejidos reciclados y biodegradables y sus prendas están diseñadas para ser duraderas y reducir así la reposición constante. También promueve la integración social con la inclusión de personas con tallas especiales y educa sobre sostenibilidad con talleres en zonas rurales.

Arrebato, Premio Revelación. Con una trayectoria de 25 años, ha abierto una nueva tienda (quintuplicando su espacio) en el Paseo de las Cien Tiendas, donde apuesta por un concepto vanguardista que busca dinamizar y revitalizar la zona. Su enfoque disruptivo, con un diseño innovador ha dado lugar a un espacio único que ha sorprendido a los clientes.

El jurado ha estado compuesto por Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Logroño; Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio; la profesora del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja, Ingrid Moya; Alba García Milon, Jorge Pelegrín y María Alesanco, del equipo de la Cátedra de Comercio de la UR.

La gala de entrega de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que se convertirá en un homenaje al comercio local logroñés, tendrá lugar esta tarde a las 20:00 horas en Espacio Lagares.

Comercios y comerciantes premiados en ediciones anteriores

Año 2023

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Ricardo Angulo.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Bicicletas Rioja Sport.

Premio Superación: Pasión Ciclista.

Premio Digitalización: Mikonos.

Premio Sostenibilidad: La Bicha.

Año 2022

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Fernando Sáenz Duarte.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Cerezo.

Premio Superación: El Gardenista.

Premio Digitalización: Yo Chloé.

Premio Sostenibilidad: Planeta Limpio.

Año 2021

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan José San Miguel Pérez.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Curtidos Domínguez.

Premio Superación: Papín.

Premio Digitalización: Summertime by Bianca.

Premio Sostenibilidad: El Colletero.

Año 2020

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Cristina Pérez Codes.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Casa del Pimentón.

Premio Superación: Atipyca.

Premio a la Mejor Campaña Omnicanal: Pan Blanco.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Rosana Calvo HairCare Salón.

Año 2019

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Eduardo Villar.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Librería Santos Ochoa.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: May Deco.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Frikomics.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: El koala verde.

Año 2018

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Javier De Torre García.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: Juguetería Gónlez.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Novias Pilar Gil.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': Trapería de Klaus.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Frusedulce.

Año 2017

Premio Honorífico a la Mejor Trayectoria Individual: Juan Cruz del Río.

Premio Honorífico a la Mejor Continuidad Empresarial: La Golosina.

Premio a la Mejor Campaña Comercial: Asociación Cultural Lovisual.

Premio a la Mejor Reputación 'On line': La Frikilería.

Premio al Mejor Comercio Adaptado: Herbolario Arcoíris.

Cátedra de Comercio

La Cátedra Extraordinaria de Comercio nació en 2010 a iniciativa de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja y del Ayuntamiento de Logroño para apoyar e impulsar el comercio minorista de la ciudad mediante la formación y la investigación.

En la actualidad cuenta con el patrocinio del Ayuntamiento de Logroño, cuyo convenio de colaboración con la Universidad de La Rioja permite financiar las actividades de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

Dirigida por Cristina Olarte, Catedrática del Área de Investigación y Comercialización de Mercados de la Universidad de La Rioja, la Cátedra Extraordinaria de Comercio desarrolla actividades en tres ejes principales: la investigación (con énfasis en los nuevos modos de atención al cliente y la influencia de las nuevas tecnologías), la transferencia de conocimiento (con actividades de formación para el sector) y la difusión (por medio de premios al comercio, entre otras actividades).

Apenas el 5% de los comercios de Logroño se han autoevaluado



Los creadores animan a los comerciantes a utilizar una herramienta gratuita, pionera en nuestro país, que permite a los pequeños negocios examinar su desempeño y obtener recomendaciones de mejora. Logroño mantiene su objetivo de convertirse en la capital europea de comercio de proximidad a lo largo de esta legislatura porque el comercio, señala el Consistorio, ha sido siempre seña de identidad de la ciudad, una tarea que exige «un extraordinario ejercicio de esfuerzo, compromiso y pasión». A estos tres componentes se une hoy otro, la adaptabilidad que exigen los tiempos en los que es necesario competir con otra modalidad de crecimiento imparable, la digital.

Para intentar ajustar las características de la demanda a las exigencias de los nuevos consumidores, los 2.022 establecimientos que figuraban a finales del año pasado en el censo Logroño Punto Comercio disponen desde hace cerca de medio año de una herramienta de autodiagnóstico, que les permite evaluar su trabajo en diferentes parámetros y obtener recomendaciones para un mejor desempeño. Esta herramienta, totalmente gratuita y pionera en nuestro país, ha sido apenas utilizada por el 5% de los establecimientos de la ciudad.

«El pequeño comercio debe saber que tiene su departamento de I+D en la Universidad de La Rioja», aseguran convencidos Cristina Olarte y Jorge Pelegrín, catedráticos de márketing de la UR que, junto a profesores de las universidades de León, la Rey Juan Carlos y la Complutense, han elaborado la herramienta a la que se puede acceder a través de evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un formulario de registro. «Es un instrumento que le va a permitir al comerciante autoevaluarse en busca de la excelencia», señala Pelegrín, que informa de que se ofrecen sendas aplicaciones para móvil y ordenador.

Olarte afirma que los comerciantes que la han utilizado «están muy contentos», mientras su compañero destaca que no hay en todo el país una herramienta de este tipo, que se centre, de manera sencilla, en el comercio minorista de una localidad.

«Hay que buscar la regeneración del comercio, que no haya locales vacíos y que la gente quiera hacerse cargo de esos establecimientos y para eso deben ser comercios rentables», argumenta el profesor.

La herramienta presenta tres niveles de profundización en función de las cuestiones que se plantean -entre 10 y 40- y la dificultad de las mismas; 122 comercios han completado el nivel básico, 53 el medio y únicamente 31 establecimientos lo han hecho con el alto. ¿Cómo funciona? Una vez que el comerciante se ha dado de alta, se plantean nueve módulos de

autoevaluación, entre los que figuran toda la escala de los requerimientos a los que se enfrenta un comerciante de hoy en día, desde aspectos como la apariencia del establecimiento y las facilidades físicas, la calidad en la atención personal y el servicio posventa, la gestión de la compra y proveedores o económica, hasta la implantación de las nuevas tecnologías, la comunicación y la responsabilidad social corporativo. En cada módulo, explican, hay una serie de preguntas, con una redacción «sencilla», en las que se ha intentado que la respuesta sea «sí o no».

Argumentan que las cuestiones que se plantean son fruto de un profundo estudio «de lo que funciona y no funciona» y, por ello, son un «primer paso» para que el comerciante se audite.

«Hay que ponerse en el lugar del comprador y, en esa dirección se dirigen algunas de las preguntas», señala el profesor que apunta que la experiencia sensorial y del disfrute que ofrece el comercio minorista carece la venta online.

El profesor informa de que una vez concluidos todos los módulos de cada uno de los niveles, el comerciante puede generar un informe de evaluación, que otorga tres notas, mejorable, notable o excelente.

Mejorable . Al establecimiento que haya recibido esta calificación se le ofrecen recomendaciones invitándole a, por ejemplo, introducir mejoras en la estrategia de diferenciación que le otorguen ventajas competitivas, una estrategia que aconsejan plasmar en un documento escrito.

Olarte, que apunta que entre otras actuaciones para dar a conocer le herramienta, han enviado 3.300 correos, ofrecido 515 explicaciones telefónicas, realizado 89 visitas presenciales, además del empleo de redes sociales, sesión residencial o whatsapp, anima a los profesionales a utilizar este instrumento. La catedrática se confiesa «muy satisfecha porque hemos ayudado a todos los que no les han pedido», y su compañero afirma que están «a disposición» de cualquier comerciante, al que van a ayudar, con explicaciones o visitas a sus establecimientos.

«Cuantos más lo hagan, mejor comercio vamos a tener, más y mejor se va a comprar en Logroño», destaca Jorge Pelegrín, que, a su vez, argumenta que «si se pueden atraer nuevos compradores» se activará la ciudad y Logroño se convertirá una «potencia y ejemplo» para el comercio minorista de todo el país.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, es una actuación de la Cátedra de Comercio, impulsado por la Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista.

Contenido patrocinado

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->

El Día
de La Rioja

El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



En la era digital, en la que las compras en línea han transformado el panorama del comercio global, las tiendas físicas están desapareciendo de las calles. ¿Qué impulsa a las personas a seguir visitando establecimientos físicos cuando tienen la opción de comprar desde la comodidad de su hogar con un solo clic? Este artículo busca desvelar las razones detrás de esta elección, basándose en el estudio realizado en la Cátedra de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja, en el que se ha entrevistado a 959 clientes del comercio logroñés.

Con el objetivo de identificar las diferencias entre la compra en tienda física y la compra online seleccionamos dos categorías de productos: la más comprada en tienda física (lotería) y la más comprada online (moda).

En la primera categoría incluimos cualquier tipo de apuestas, juegos de azar y loterías (como la de Navidad, la más comprada en tienda física). En la categoría ropa incluimos todo tipo de prendas de vestir, calzado y complementos, que son los productos más comprados en las tiendas online.

La experiencia sensorial y emocional

La tienda física sigue importando a los clientes: la intención de compra es alta, principalmente para las mujeres y las personas mayores que, además, son los segmentos de población que presentan un mayor hábito de compra en estos establecimientos.

Una de las principales razones por la que los consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas es la capacidad de interactuar directamente con los productos. El estudio muestra que, especialmente en la compra de ropa, interactuar con los artículos es un factor crucial para los consumidores adultos. Valoran poder tocar, probar y ver de cerca los productos antes de comprarlos pues esto reduce la incertidumbre y aumenta su satisfacción con la compra.

Además, las emociones juegan un papel significativo en la experiencia de compra. Las tiendas físicas proporcionan un ambiente que puede generar placer, estimulación y una sensación de satisfacción. Estos aspectos emocionales son difíciles de replicar en las plataformas de comercio electrónico, donde la interacción es puramente digital.

El papel del asesoramiento y la atención al cliente

La atención personalizada sigue siendo uno de los servicios fundamentales de las tiendas físicas, y algo que muchos consumidores valoran. Según nuestro estudio, los consumidores destacan la importancia de contar con asesoramiento “en persona”, especialmente en productos como la lotería y la ropa.

En las tiendas físicas, los vendedores pueden ofrecer recomendaciones y ayudar a resolver dudas de manera inmediata, lo que crea una relación humana de confianza que rara vez se encuentra en las plataformas en línea.

En el caso de la lotería, los clientes sienten que la atención personalizada y la posibilidad de interactuar directamente con los vendedores aumenta la seguridad de la compra. Este es un ejemplo claro de cómo el contacto humano sigue siendo clave para muchas decisiones de compra.

Seguridad y confianza

Otro factor que sigue inclinando la balanza a favor de las tiendas físicas es la percepción de seguridad. Los consumidores sienten que comprar en una tienda física es más seguro, especialmente en productos como la lotería: la interacción física con el boleto les genera mayor confianza. La posibilidad de recibir el producto inmediatamente después de la compra también reduce el riesgo percibido.

El comercio en línea ha mejorado significativamente en términos de seguridad, pero para ciertos consumidores, especialmente los mayores de 50 años, la seguridad percibida en las tiendas físicas sigue siendo mayor.

La gratificación instantánea y el hábito

Uno de los elementos que más destaca el estudio es la gratificación inmediata que ofrecen las tiendas físicas. A diferencia del comercio en línea –donde los consumidores deben esperar para recibir sus productos–, en las tiendas físicas, en muchas

categorías de productos, pueden llevárselos en el acto. Este factor es especialmente relevante en productos de uso cotidiano y urgente, como ropa o alimentos.

El hábito de compra también desempeña un papel importante. Para muchas personas, ir a una tienda física es un comportamiento automatizado que han mantenido durante años. El estudio revela que este hábito es más fuerte en las consumidoras mayores de 50 años, quienes han crecido en un entorno donde las tiendas físicas eran la única opción. Para ellas, las tiendas físicas siguen siendo un entorno cómodo y familiar.

Un reto para el comercio físico es atraer a los jóvenes, ya que son los que más evitan estos establecimientos para realizar sus compras, especialmente cuando se trata de prendas de vestir, calzado y complementos.

La experiencia de la compra-paseo como ocio

Las tiendas físicas se han adaptado a los tiempos modernos, convirtiéndose en espacios que ofrecen más que una simple transacción comercial. Muchas de ellas han evolucionado hacia centros de entretenimiento, integrando restaurantes, áreas de recreación e incluso experiencias inmersivas para atraer a los consumidores que pueden llegar a ellas dando un paseo.

El estudio apunta a que las personas no solo van de compras para adquirir productos, sino también para disfrutar de una experiencia completa que involucra aspectos sociales y sensoriales. Las tiendas físicas les ofrecen la oportunidad de desconectar y socializar en un entorno diferente al de su vida cotidiana.

Desafíos y oportunidades para las tiendas físicas

A pesar de los beneficios que ofrecen las tiendas físicas, enfrentan el desafío de un entorno cada vez más digital. Uno de los inconvenientes más citados por los consumidores en el estudio es el desplazamiento al que obliga la compra en la tienda física, que para muchos implica un esfuerzo adicional en términos de tiempo y transporte. Además, las tiendas físicas a menudo tienen menos variedad que las plataformas en línea, donde los consumidores pueden encontrar más fácilmente una gama más amplia de productos.

Sin embargo, esta percepción negativa puede convertirse en una oportunidad. Las tiendas físicas pueden capitalizar su cercanía y el sentido de comunidad que generan, promoviendo la compra local y la solidaridad con los pequeños comercios. Según el informe, solo el 2,4 % de los encuestados mencionaron la solidaridad con el pequeño comercio como un factor clave para la compra en tiendas físicas, lo que sugiere que este aspecto podría potenciarse con campañas de sensibilización.

Un futuro de coexistencia del comercio físico y en línea

El estudio concluye que las tiendas físicas y el comercio en línea deben verse como complementarios en un ecosistema comercial en evolución. Las tiendas físicas pueden ofrecer experiencias sensoriales y emocionales que el comercio en línea aún no puede. En cambio, las plataformas digitales destacan por su conveniencia y variedad.

Siempre que continúen adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores, las tiendas físicas seguirán siendo relevantes en la era digital. Con el objetivo de atraer al segmento joven, es fundamental que trabajen en dar visibilidad a las utilidades y facilidades que proporciona la tienda física para, por ejemplo, solucionar posibles problemas derivados de la compra. Además, su capacidad para ofrecer una experiencia de compra única, basada en la interacción humana tangible y la gratificación instantánea, las posiciona como una valiosa opción en un mundo cada vez más digital.

Todos los autores son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño. Este artículo es un extracto del estudio “Atractivo de las tiendas físicas en la era digital: ¿Por qué las elegimos?”

Cristina Olarte-Pascual, Catedrática de Marketing y Directora de la Cátedra de Comercio, Universidad de La Rioja ; Alba García-Milon, Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja ; Eva Reinares-Lara, Catedrática de Comercialización e Investigación del Mercados, Universidad Rey Juan Carlos ; Jorge Pelegrín Borondo, Catedrático del área de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de La Rioja y Natalia Medrano Sáez, Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja

Este artículo fue publicado originalmente en The Conversation.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->



El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



En la era digital, en la que las compras en línea han transformado el panorama del comercio global, las tiendas físicas están desapareciendo de las calles. ¿Qué impulsa a las personas a seguir visitando establecimientos físicos cuando tienen la opción de comprar desde la comodidad de su hogar con un solo clic?

Este artículo busca desvelar las razones detrás de esta elección, basándose en el estudio realizado en la Cátedra de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja, en el que se ha entrevistado a 959 clientes del comercio logroñés.

Con el objetivo de identificar las diferencias entre la compra en tienda física y la compra online seleccionamos dos categorías de productos: la más comprada en tienda física (lotería) y la más comprada online (moda).

En la primera categoría incluimos cualquier tipo de apuestas, juegos de azar y loterías (como la de Navidad, la más comprada en tienda física). En la categoría ropa incluimos todo tipo de prendas de vestir, calzado y complementos, que son los productos más comprados en las tiendas online.

La experiencia sensorial y emocional

La tienda física sigue importando a los clientes: la intención de compra es alta, principalmente para las mujeres y las personas mayores que, además, son los segmentos de población que presentan un mayor hábito de compra en estos establecimientos.

Una de las principales razones por la que los consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas es la capacidad de interactuar directamente con los productos. El estudio muestra que, especialmente en la compra de ropa, interactuar con los artículos es un factor crucial para los consumidores adultos. Valoran poder tocar, probar y ver de cerca los productos antes de comprarlos pues esto reduce la incertidumbre y aumenta su satisfacción con la compra.

Además, las emociones juegan un papel significativo en la experiencia de compra. Las tiendas físicas proporcionan un ambiente que puede generar placer, estimulación y una sensación de satisfacción. Estos aspectos emocionales son difíciles de replicar en las plataformas de comercio electrónico, donde la interacción es puramente digital.

Leer más: [Cómo nació el concepto de ir de compras y lo que supuso para la mujer del XIX](#)

El papel del asesoramiento y la atención al cliente

La atención personalizada sigue siendo uno de los servicios fundamentales de las tiendas físicas, y algo que muchos consumidores valoran. Según nuestro estudio, los consumidores destacan la importancia de contar con asesoramiento “en persona”, especialmente en productos como la lotería y la ropa.

En las tiendas físicas, los vendedores pueden ofrecer recomendaciones y ayudar a resolver dudas de manera inmediata, lo que crea una relación humana de confianza que rara vez se encuentra en las plataformas en línea.

En el caso de la lotería, los clientes sienten que la atención personalizada y la posibilidad de interactuar directamente con los vendedores aumenta la seguridad de la compra. Este es un ejemplo claro de cómo el contacto humano sigue siendo clave para muchas decisiones de compra.

Leer más: El arte de aprender a vender

Seguridad y confianza

Otro factor que sigue inclinando la balanza a favor de las tiendas físicas es la percepción de seguridad. Los consumidores sienten que comprar en una tienda física es más seguro, especialmente en productos como la lotería: la interacción física con el boleto les genera mayor confianza. La posibilidad de recibir el producto inmediatamente después de la compra también reduce el riesgo percibido.

El comercio en línea ha mejorado significativamente en términos de seguridad, pero para ciertos consumidores, especialmente los mayores de 50 años, la seguridad percibida en las tiendas físicas sigue siendo mayor.

Leer más: ¿Qué es la suerte? Del ciego azar a la diosa fortuna o el destino

La gratificación instantánea y el hábito

Uno de los elementos que más destaca el estudio es la gratificación inmediata que ofrecen las tiendas físicas. A diferencia del comercio en línea –donde los consumidores deben esperar para recibir sus productos–, en las tiendas físicas, en muchas categorías de productos, pueden llevárselos en el acto. Este factor es especialmente relevante en productos de uso cotidiano y urgente, como ropa o alimentos.

El hábito de compra también desempeña un papel importante. Para muchas personas, ir a una tienda física es un comportamiento automatizado que han mantenido durante años. El estudio revela que este hábito es más fuerte en las consumidoras mayores de 50 años, quienes han crecido en un entorno donde las tiendas físicas eran la única opción. Para ellas, las tiendas físicas siguen siendo un entorno cómodo y familiar.

Un reto para el comercio físico es atraer a los jóvenes, ya que son los que más evitan estos establecimientos para realizar sus compras, especialmente cuando se trata de prendas de vestir, calzado y complementos.

Leer más: Cómo la arquitectura y el diseño han revolucionado la forma de comprar en las tiendas de lujo

La experiencia de la compra-paseo como ocio

Las tiendas físicas se han adaptado a los tiempos modernos, convirtiéndose en espacios que ofrecen más que una simple transacción comercial. Muchas de ellas han evolucionado hacia centros de entretenimiento, integrando restaurantes, áreas de recreación e incluso experiencias inmersivas para atraer a los consumidores que pueden llegar a ellas dando un paseo.

El estudio apunta a que las personas no solo van de compras para adquirir productos, sino también para disfrutar de una experiencia completa que involucra aspectos sociales y sensoriales. Las tiendas físicas les ofrecen la oportunidad de desconectar y socializar en un entorno diferente al de su vida cotidiana.

Leer más: Factores de riesgo para caer en la adicción a las compras

Desafíos y oportunidades para las tiendas físicas

A pesar de los beneficios que ofrecen las tiendas físicas, enfrentan el desafío de un entorno cada vez más digital. Uno de los inconvenientes más citados por los consumidores en el estudio es el desplazamiento al que obliga la compra en la tienda física, que para muchos implica un esfuerzo adicional en términos de tiempo y transporte. Además, las tiendas físicas a menudo tienen menos variedad que las plataformas en línea, donde los consumidores pueden encontrar más fácilmente una gama más amplia de productos.

Sin embargo, esta percepción negativa puede convertirse en una oportunidad. Las tiendas físicas pueden capitalizar su cercanía y el sentido de comunidad que generan, promoviendo la compra local y la solidaridad con los pequeños comercios. Según el informe, solo el 2,4 % de los encuestados mencionaron la solidaridad con el pequeño comercio como un factor clave para la

compra en tiendas físicas, lo que sugiere que este aspecto podría potenciarse con campañas de sensibilización.

Leer más: La ciudad de los 15 minutos, el comercio de barrio y la libertad de los consumidores

Un futuro de coexistencia del comercio físico y en línea

El estudio concluye que las tiendas físicas y el comercio en línea deben verse como complementarios en un ecosistema comercial en evolución. Las tiendas físicas pueden ofrecer experiencias sensoriales y emocionales que el comercio en línea aún no puede. En cambio, las plataformas digitales destacan por su conveniencia y variedad.

Siempre que continúen adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores, las tiendas físicas seguirán siendo relevantes en la era digital. Con el objetivo de atraer al segmento joven, es fundamental que trabajen en dar visibilidad a las utilidades y facilidades que proporciona la tienda física para, por ejemplo, solucionar posibles problemas derivados de la compra. Además, su capacidad para ofrecer una experiencia de compra única, basada en la interacción humana tangible y la gratificación instantánea, las posiciona como una valiosa opción en un mundo cada vez más digital.

Todos los autores son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño. Este artículo es un extracto del estudio “Atractivo de las tiendas físicas en la era digital: ¿Por qué las elegimos?”

Este artículo fue publicado originalmente en The Conversation , un sitio de noticias sin fines de lucro dedicado a compartir ideas de expertos académicos.

Lee mas:

¿Por qué compramos billetes de lotería?

De cómo la digitalización cambió la forma de operar de las agencias de viaje tradicionales

La ciudad de los 15 minutos, el comercio de barrio y la libertad de los consumidores

Cristina Olarte-Pascual, Alba García Milon, Eva Reinares Lara, Jorge Pelegrín Borondo y Natalia Medrano Sáez son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y La Universidad de La Rioja que se financia con el Convenio Marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General de la Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

Cristina Olarte-Pascual, Alba García Milon, Eva Reinares Lara, Jorge Pelegrín Borondo y Natalia Medrano Sáez son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y La Universidad de La Rioja que se financia con el Convenio Marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General de la Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



Jasen Wright/Shutterstock Authors Cristina Olarte-Pascual Catedrática de Marketing y Directora de la Cátedra de Comercio, Universidad de La Rioja Alba García-Milon

Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja

Eva Reinares-Lara

Catedrática de Comercialización e Investigación del Mercados, Universidad Rey Juan Carlos

Jorge Pelegrín Borondo

Catedrático del área de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de La Rioja

Natalia Medrano Sáez

Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja

En la era digital, en la que las compras en línea han transformado el panorama del comercio global, las tiendas físicas están desapareciendo de las calles. ¿Qué impulsa a las personas a seguir visitando establecimientos físicos cuando tienen la opción de comprar desde la comodidad de su hogar con un solo clic?

Este artículo busca desvelar las razones detrás de esta elección, basándose en el estudio realizado en la Cátedra de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja, en el que se ha entrevistado a 959 clientes del comercio logroñés.

Con el objetivo de identificar las diferencias entre la compra en tienda física y la compra online seleccionamos dos categorías de productos: la más comprada en tienda física (lotería) y la más comprada online (moda).

En la primera categoría incluimos cualquier tipo de apuestas, juegos de azar y loterías (como la de Navidad, la más comprada en tienda física). En la categoría ropa incluimos todo tipo de prendas de vestir, calzado y complementos, que son los productos más comprados en las tiendas online.

La experiencia sensorial y emocional La tienda física sigue importando a los clientes: la intención de compra es alta, principalmente para las mujeres y las personas mayores que, además, son los segmentos de población que presentan un mayor hábito de compra en estos establecimientos.

Una de las principales razones por la que los consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas es la capacidad de interactuar directamente con los productos. El estudio muestra que, especialmente en la compra de ropa, interactuar con los artículos es un factor crucial para los consumidores adultos. Valoran poder tocar, probar y ver de cerca los productos antes de comprarlos pues esto reduce la incertidumbre y aumenta su satisfacción con la compra.

Además, las emociones juegan un papel significativo en la experiencia de compra. Las tiendas físicas proporcionan un ambiente que puede generar placer, estimulación y una sensación de satisfacción. Estos aspectos emocionales son difíciles de replicar en las plataformas de comercio electrónico, donde la interacción es puramente digital.

El papel del asesoramiento y la atención al cliente La atención personalizada sigue siendo uno de los servicios fundamentales de las tiendas físicas, y algo que muchos consumidores valoran. Según nuestro estudio, los consumidores destacan la importancia de contar con asesoramiento “en persona”, especialmente en productos como la lotería y la ropa.

En las tiendas físicas, los vendedores pueden ofrecer recomendaciones y ayudar a resolver dudas de manera inmediata, lo que crea una relación humana de confianza que rara vez se encuentra en las plataformas en línea.

En el caso de la lotería, los clientes sienten que la atención personalizada y la posibilidad de interactuar directamente con los vendedores aumenta la seguridad de la compra. Este es un ejemplo claro de cómo el contacto humano sigue siendo clave para muchas decisiones de compra.

Seguridad y confianza Otro factor que sigue inclinando la balanza a favor de las tiendas físicas es la percepción de seguridad. Los consumidores sienten que comprar en una tienda física es más seguro, especialmente en productos como la lotería: la interacción física con el boleto les genera mayor confianza. La posibilidad de recibir el producto inmediatamente después de la compra también reduce el riesgo percibido.

El comercio en línea ha mejorado significativamente en términos de seguridad, pero para ciertos consumidores, especialmente los mayores de 50 años, la seguridad percibida en las tiendas físicas sigue siendo mayor.

La gratificación instantánea y el hábito Uno de los elementos que más destaca el estudio es la gratificación inmediata que ofrecen las tiendas físicas. A diferencia del comercio en línea –donde los consumidores deben esperar para recibir sus productos–, en las tiendas físicas, en muchas categorías de productos, pueden llevárselos en el acto. Este factor es especialmente relevante en productos de uso cotidiano y urgente, como ropa o alimentos.

El hábito de compra también desempeña un papel importante. Para muchas personas, ir a una tienda física es un comportamiento automatizado que han mantenido durante años. El estudio revela que este hábito es más fuerte en las consumidoras mayores de 50 años, quienes han crecido en un entorno donde las tiendas físicas eran la única opción. Para ellas, las tiendas físicas siguen siendo un entorno cómodo y familiar.

Un reto para el comercio físico es atraer a los jóvenes, ya que son los que más evitan estos establecimientos para realizar sus compras, especialmente cuando se trata de prendas de vestir, calzado y complementos.

La experiencia de la compra-paseo como ocio Las tiendas físicas se han adaptado a los tiempos modernos, convirtiéndose en espacios que ofrecen más que una simple transacción comercial. Muchas de ellas han evolucionado hacia centros de entretenimiento, integrando restaurantes, áreas de recreación e incluso experiencias inmersivas para atraer a los consumidores que pueden llegar a ellas dando un paseo.

El estudio apunta a que las personas no solo van de compras para adquirir productos, sino también para disfrutar de una experiencia completa que involucra aspectos sociales y sensoriales. Las tiendas físicas les ofrecen la oportunidad de desconectar y socializar en un entorno diferente al de su vida cotidiana.

Desafíos y oportunidades para las tiendas físicas A pesar de los beneficios que ofrecen las tiendas físicas, enfrentan el desafío de un entorno cada vez más digital. Uno de los inconvenientes más citados por los consumidores en el estudio es el desplazamiento al que obliga la compra en la tienda física, que para muchos implica un esfuerzo adicional en términos de tiempo y transporte. Además, las tiendas físicas a menudo tienen menos variedad que las plataformas en línea, donde los consumidores pueden encontrar más fácilmente una gama más amplia de productos.

Sin embargo, esta percepción negativa puede convertirse en una oportunidad. Las tiendas físicas pueden capitalizar su cercanía y el sentido de comunidad que generan, promoviendo la compra local y la solidaridad con los pequeños comercios. Según el informe, solo el 2,4 % de los encuestados mencionaron la solidaridad con el pequeño comercio como un factor clave para la compra en tiendas físicas, lo que sugiere que este aspecto podría potenciarse con campañas de sensibilización.

Un futuro de coexistencia del comercio físico y en línea El estudio concluye que las tiendas físicas y el comercio en línea deben verse como complementarios en un ecosistema comercial en evolución. Las tiendas físicas pueden ofrecer experiencias sensoriales y emocionales que el comercio en línea aún no puede. En cambio, las plataformas digitales destacan por su conveniencia y variedad.

Siempre que continúen adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores, las tiendas físicas seguirán siendo relevantes en la era digital. Con el objetivo de atraer al segmento joven, es fundamental que trabajen en dar visibilidad a las

utilidades y facilidades que proporciona la tienda física para, por ejemplo, solucionar posibles problemas derivados de la compra. Además, su capacidad para ofrecer una experiencia de compra única, basada en la interacción humana tangible y la gratificación instantánea, las posiciona como una valiosa opción en un mundo cada vez más digital.

Todos los autores son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño. Este artículo es un extracto del estudio “Atractivo de las tiendas físicas en la era digital: ¿Por qué las elegimos?

La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'



LOGROÑO, 3 (EUROPA PRESS) El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz; la vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja, Fabiola Portillo; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, Cristina Olarte, han presentado esta mañana la convocatoria de los prestigiosos 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que reconocen las buenas prácticas y la excelencia del comercio local logroñés en su contribución al desarrollo de la capital riojana.

Estos galardones reconocen a quienes han desarrollado su trabajo en la ciudad durante muchos años y que cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han añadido elementos innovadores y que mejoran la atención a los clientes.

“Con el objetivo de apoyar al comercio local de Logroño, desde el Ayuntamiento de Logroño trabajamos en el apoyo, impulso y reconocimiento de nuestro comercio local, y prueba de ello es esta nueva edición de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', organizados desde la Cátedra Extraordinaria de Comercio puesta en marcha junto a la Universidad de La Rioja, que no solo premian el desarrollo económico y social que genera nuestro comercio minorista, sino también los proyectos personales, el esfuerzo y la constancia de los profesionales de nuestro comercio minorista. Unos reconocimientos que sin ninguna duda incentivan la iniciativa y el afán de superación del entramado comercial logroñés”, ha destacado Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad.

Por su parte, Portillo ha subrayado la consolidación de los premios como un referente en la identificación de comercios sobresalientes. “Estos galardones no solo destacan a quienes contribuyen al desarrollo económico y social de Logroño, sino que también ponen en valor los proyectos que transforman el sector comercial”. Además, Portillo ha destacado la relevancia de la colaboración entre la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño que, a través de la Cátedra de Comercio, facilita la transferencia de conocimiento y fomenta el crecimiento del tejido comercial local.

“Estamos orgullosos de iniciar la octava edición y animamos a los comerciantes a participar. La experiencia de los galardonados

ha sido siempre positiva y contamos con un equipo comprometido que hace que el proceso de inscripción sea sencillo y accesible. Queremos que a través de la Cátedra de Comercio se puedan seguir identificando y potenciando proyectos de comercio únicos que sirvan de modelo para reactivar el sector”.

Olarte, por su parte, ha mostrado su entusiasmo por la octava edición de los ‘Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño’, ya que es la actividad que organiza la Cátedra más valorada y querida por el sector. “Estamos muy contentos por iniciar la nueva edición de estos prestigiosos premios y queremos animar a todos los comerciantes de Logroño a ser parte de esta experiencia enriquecedora. Nuestra intención es continuar identificando y destacando proyectos sólidos y únicos en comercio. Todos nuestros premiados han compartido una experiencia tremendamente positiva, y queremos que más comerciantes puedan disfrutar de esta oportunidad y dar visibilidad al comercio de Logroño”.

‘PREMIOS COMERCIO EXCELENTE DE LA CIUDAD DE LOGROÑO 2024’

Esta nueva convocatoria cuenta con dos categorías de premios. Por un lado, los galardones honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se reconoce mediante un diploma y una placa conmemorativa: Premio a la Mejor Trayectoria Individual, que reconoce al comerciante o dependiente que haya demostrado esfuerzo, trabajo y dedicación al comercio en Logroño a lo largo de su vida laboral y con, al menos, 10 años de dedicación al sector.

El premiado podrá estar en activo o haberse jubilado no hace más de cinco años. Premio a la Continuidad Empresarial, dirigido a los comercios de Logroño que han logrado mantener su actividad empresarial durante al menos 25 años, gracias al relevo generacional o a la reconversión del negocio.

Por otro lado, los galardones al mérito, que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa: Premio Digitalización, destinado a reconocer iniciativas que hayan contribuido a redefinir el servicio a los clientes al posibilitar nuevas experiencias digitales en la interacción comercio-cliente, tanto en la tienda física como en un contexto online.

Se valoran la puesta en marcha de una estrategia omnicanal, la integración de la tecnología en el proceso de compra, actividad relevante en redes sociales y otras plataformas online o cualquier otra iniciativa original en digitalización.

Premio Comercio Sostenible, que reconoce al comercio que destaque por poner en marcha proyectos innovadores que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este premio también se valora la buena adecuación del comercio a las necesidades especiales de los clientes, ofreciéndoles un servicio adaptado a sus diferentes necesidades.

Igualmente, se incluye a los comercios ubicados en zonas concretas o barrios de la ciudad que promueven la integración, adaptando su negocio a la demanda del vecindario, valorándose la concienciación e implicación social y ambiental.

Premio Revelación, destinado a premiar tanto al emprendimiento como a la renovación en el comercio para satisfacer las necesidades de los clientes y adaptarse a un entorno cambiante.

PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Podrán optar a los ‘Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024’ todas las entidades, personas físicas (comerciantes) y establecimientos (negocios) que desarrollen o hayan desarrollado su actividad en el marco del comercio minorista independiente en el término municipal de Logroño, entendiendo como tal el servicio de atención al público en un negocio de la ciudad.

Podrán ser presentadas por los propios interesados, así como por terceros como asociaciones de comerciantes. Las candidaturas y la documentación se podrán presentar desde el 3 de octubre y hasta el 11 de noviembre a las 23:59 horas a través del siguiente formulario: <https://forms.gle/np3yhYiaQamyGLLZ7>.

Una vez clausurado el plazo de presentación, desde la Cátedra de Comercio se pondrá en marcha un equipo de trabajo para seleccionar un máximo de tres finalistas por modalidad. Finalmente, los premios serán fallados por un jurado compuesto por el concejal de Promoción de la Ciudad; la directora de la Cátedra Comercio; un miembro de esta unidad; y un representante del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja. Los ‘Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024’ se entregarán en una gala, que tendrá lugar el 13 de diciembre en el Espacio Lagares.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->



La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

LOGROÑO 3 Oct. (EUROPA PRESS) - El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz; la vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja, Fabiola Portillo; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, Cristina Olarte, han presentado esta mañana la convocatoria de los prestigiosos 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que reconocen las buenas prácticas y la excelencia del comercio local logroñés en su contribución al desarrollo de la capital riojana.

Estos galardones reconocen a quienes han desarrollado su trabajo en la ciudad durante muchos años y que cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han añadido elementos innovadores y que mejoran la atención a los clientes.

"Con el objetivo de apoyar al comercio local de Logroño, desde el Ayuntamiento de Logroño trabajamos en el apoyo, impulso y reconocimiento de nuestro comercio local, y prueba de ello es esta nueva edición de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', organizados desde la Cátedra Extraordinaria de Comercio puesta en marcha junto a la Universidad de La Rioja, que no solo premian el desarrollo económico y social que genera nuestro comercio minorista, sino también los proyectos personales, el esfuerzo y la constancia de los profesionales de nuestro comercio minorista. Unos reconocimientos que sin ninguna duda incentivan la iniciativa y el afán de superación del entramado comercial logroñés", ha destacado Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad.

Por su parte, Portillo ha subrayado la consolidación de los premios como un referente en la identificación de comercios sobresalientes. "Estos galardones no solo destacan a quienes contribuyen al desarrollo económico y social de Logroño, sino que también ponen en valor los proyectos que transforman el sector comercial". Además, Portillo ha destacado la relevancia de la colaboración entre la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño que, a través de la Cátedra de Comercio, facilita la transferencia de conocimiento y fomenta el crecimiento del tejido comercial local.

"Estamos orgullosos de iniciar la octava edición y animamos a los comerciantes a participar. La experiencia de los galardonados

ha sido siempre positiva y contamos con un equipo comprometido que hace que el proceso de inscripción sea sencillo y accesible. Queremos que a través de la Cátedra de Comercio se puedan seguir identificando y potenciando proyectos de comercio únicos que sirvan de modelo para reactivar el sector".

Olarte, por su parte, ha mostrado su entusiasmo por la octava edición de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', ya que es la actividad que organiza la Cátedra más valorada y querida por el sector. "Estamos muy contentos por iniciar la nueva edición de estos prestigiosos premios y queremos animar a todos los comerciantes de Logroño a ser parte de esta experiencia enriquecedora. Nuestra intención es continuar identificando y destacando proyectos sólidos y únicos en comercio. Todos nuestros premiados han compartido una experiencia tremendamente positiva, y queremos que más comerciantes puedan disfrutar de esta oportunidad y dar visibilidad al comercio de Logroño".

'PREMIOS COMERCIO EXCELENTE DE LA CIUDAD DE LOGROÑO 2024'

Esta nueva convocatoria' cuenta con dos categorías de premios. Por un lado, los galardones honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se reconoce mediante un diploma y una placa conmemorativa: Premio a la Mejor Trayectoria Individual, que reconoce al comerciante o dependiente que haya demostrado esfuerzo, trabajo y dedicación al comercio en Logroño a lo largo de su vida laboral y con, al menos, 10 años de dedicación al sector.

El premiado podrá estar en activo o haberse jubilado no hace más de cinco años. Premio a la Continuidad Empresarial, dirigido a los comercios de Logroño que han logrado mantener su actividad empresarial durante al menos 25 años, gracias al relevo generacional o a la reconversión del negocio.

Por otro lado, los galardones al mérito, que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa: Premio Digitalización, destinado a reconocer iniciativas que hayan contribuido a redefinir el servicio a los clientes al posibilitar nuevas experiencias digitales en la interacción comercio-cliente, tanto en la tienda física como en un contexto online.

Se valoran la puesta en marcha de una estrategia omnicanal, la integración de la tecnología en el proceso de compra, actividad relevante en redes sociales y otras plataformas online o cualquier otra iniciativa original en digitalización.

Premio Comercio Sostenible, que reconoce al comercio que destaque por poner en marcha proyectos innovadores que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este premio también se valora la buena adecuación del comercio a las necesidades especiales de los clientes, ofreciéndoles un servicio adaptado a sus diferentes necesidades.

Igualmente, se incluye a los comercios ubicados en zonas concretas o barrios de la ciudad que promueven la integración, adaptando su negocio a la demanda del vecindario, valorándose la concienciación e implicación social y ambiental.

Premio Revelación, destinado a premiar tanto al emprendimiento como a la renovación en el comercio para satisfacer las necesidades de los clientes y adaptarse a un entorno cambiante.

PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Podrán optar a los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' todas las entidades, personas físicas (comerciantes) y establecimientos (negocios) que desarrollen o hayan desarrollado su actividad en el marco del comercio minorista independiente en el término municipal de Logroño, entendiéndose como tal el servicio de atención al público en un negocio de la ciudad.

Podrán ser presentadas por los propios interesados, así como por terceros como asociaciones de comerciantes. Las candidaturas y la documentación se podrán presentar desde el 3 de octubre y hasta el 11 de noviembre a las 23:59 horas a través del siguiente formulario: <https://forms.gle/np3yhYiaQamyGLLZ7>

Una vez clausurado el plazo de presentación, desde la Cátedra de Comercio se pondrá en marcha un equipo de trabajo para seleccionar un máximo de tres finalistas por modalidad. Finalmente, los premios serán fallados por un jurado compuesto por el concejal de Promoción de la Ciudad; la directora de la Cátedra Comercio; un miembro de esta unidad; y un representante del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' se entregarán en una gala, que tendrá lugar el 13 de diciembre en el Espacio Lagares.

La Cátedra de Comercio convoca los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024'

El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz; la vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja, Fabiola Portillo; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, Cristina Olarte, han presentado esta mañana la convocatoria de los prestigiosos 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que reconocen las buenas prácticas y la excelencia del comercio local logroñés en su contribución al desarrollo de la capital riojana.

LOGROÑO, 3 (EUROPA PRESS)

El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz; la vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de La Rioja, Fabiola Portillo; y la directora de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, Cristina Olarte, han presentado esta mañana la convocatoria de los prestigiosos 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024', que reconocen las buenas prácticas y la excelencia del comercio local logroñés en su contribución al desarrollo de la capital riojana.

Estos galardones reconocen a quienes han desarrollado su trabajo en la ciudad durante muchos años y que cuentan con una trayectoria relevante, así como a aquellos profesionales que han añadido elementos innovadores y que mejoran la atención a los clientes.

"Con el objetivo de apoyar al comercio local de Logroño, desde el Ayuntamiento de Logroño trabajamos en el apoyo, impulso y reconocimiento de nuestro comercio local, y prueba de ello es esta nueva edición de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', organizados desde la Cátedra Extraordinaria de Comercio puesta en marcha junto a la Universidad de La Rioja, que no solo premian el desarrollo económico y social que genera nuestro comercio minorista, sino también los proyectos personales, el esfuerzo y la constancia de los profesionales de nuestro comercio minorista. Unos reconocimientos que sin ninguna duda incentivan la iniciativa y el afán de superación del entramado comercial logroñés", ha destacado Miguel Sainz, concejal de Promoción de la Ciudad.

Por su parte, Portillo ha subrayado la consolidación de los premios como un referente en la identificación de comercios sobresalientes. "Estos galardones no solo destacan a quienes contribuyen al desarrollo económico y social de Logroño, sino que también ponen en valor los proyectos que transforman el sector comercial". Además, Portillo ha destacado la relevancia de la colaboración entre la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño que, a través de la Cátedra de Comercio, facilita la transferencia de conocimiento y fomenta el crecimiento del tejido comercial local.

"Estamos orgullosos de iniciar la octava edición y animamos a los comerciantes a participar. La experiencia de los galardonados ha sido siempre positiva y contamos con un equipo comprometido que hace que el proceso de inscripción sea sencillo y accesible. Queremos que a través de la Cátedra de Comercio se puedan seguir identificando y potenciando proyectos de comercio únicos que sirvan de modelo para reactivar el sector".

Olarte, por su parte, ha mostrado su entusiasmo por la octava edición de los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño', ya que es la actividad que organiza la Cátedra más valorada y querida por el sector. "Estamos muy contentos por iniciar la nueva edición de estos prestigiosos premios y queremos animar a todos los comerciantes de Logroño a ser parte de esta experiencia enriquecedora. Nuestra intención es continuar identificando y destacando proyectos sólidos y únicos en comercio. Todos nuestros premiados han compartido una experiencia tremendamente positiva, y queremos que más comerciantes puedan disfrutar de esta oportunidad y dar visibilidad al comercio de Logroño".

'PREMIOS COMERCIO EXCELENTE DE LA CIUDAD DE LOGROÑO 2024'

Esta nueva convocatoria cuenta con dos categorías de premios. Por un lado, los galardones honoríficos, de reconocimiento a la labor de los comerciantes y que se reconoce mediante un diploma y una placa conmemorativa: Premio a la Mejor Trayectoria Individual, que reconoce al comerciante o dependiente que haya demostrado esfuerzo, trabajo y dedicación al comercio en Logroño a lo largo de su vida laboral y con, al menos, 10 años de dedicación al sector.

El premiado podrá estar en activo o haberse jubilado no hace más de cinco años. Premio a la Continuidad Empresarial, dirigido a los comercios de Logroño que han logrado mantener su actividad empresarial durante al menos 25 años, gracias al relevo generacional o a la reconversión del negocio.

Por otro lado, los galardones al mérito, que se reconocen con una dotación económica de 1.000 euros, un diploma y una placa conmemorativa: Premio Digitalización, destinado a reconocer iniciativas que hayan contribuido a redefinir el servicio a los

clientes al posibilitar nuevas experiencias digitales en la interacción comercio-cliente, tanto en la tienda física como en un contexto online.

Se valoran la puesta en marcha de una estrategia omnicanal, la integración de la tecnología en el proceso de compra, actividad relevante en redes sociales y otras plataformas online o cualquier otra iniciativa original en digitalización.

Premio Comercio Sostenible, que reconoce al comercio que destaque por poner en marcha proyectos innovadores que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este premio también se valora la buena adecuación del comercio a las necesidades especiales de los clientes, ofreciéndoles un servicio adaptado a sus diferentes necesidades.

Igualmente, se incluye a los comercios ubicados en zonas concretas o barrios de la ciudad que promueven la integración, adaptando su negocio a la demanda del vecindario, valorándose la concienciación e implicación social y ambiental.

Premio Revelación, destinado a premiar tanto al emprendimiento como a la renovación en el comercio para satisfacer las necesidades de los clientes y adaptarse a un entorno cambiante.

PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Podrán optar a los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' todas las entidades, personas físicas (comerciantes) y establecimientos (negocios) que desarrollen o hayan desarrollado su actividad en el marco del comercio minorista independiente en el término municipal de Logroño, entendiéndose como tal el servicio de atención al público en un negocio de la ciudad.

Podrán ser presentadas por los propios interesados, así como por terceros como asociaciones de comerciantes. Las candidaturas y la documentación se podrán presentar desde el 3 de octubre y hasta el 11 de noviembre a las 23:59 horas a través del siguiente formulario: <https://forms.gle/np3yhYiaQamyGLLZ7>.

Una vez clausurado el plazo de presentación, desde la Cátedra de Comercio se pondrá en marcha un equipo de trabajo para seleccionar un máximo de tres finalistas por modalidad. Finalmente, los premios serán fallados por un jurado compuesto por el concejal de Promoción de la Ciudad; la directora de la Cátedra Comercio; un miembro de esta unidad; y un representante del departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja. Los 'Premios Comercio Excelente de la Ciudad de Logroño 2024' se entregarán en una gala, que tendrá lugar el 13 de diciembre en el Espacio Lagares.

La UR acoge un encuentro nacional de investigadores en economía y empresa

La Universidad de La Rioja acoge entre los días 28 y 30 de agosto la undécima edición del Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa , un encuentro nacional que se configura como un espacio de debate para que investigadores en diferentes etapas de su carrera académica de todo el país interactúen y compartan experiencias en un contexto más relajado que los congresos científicos tradicionales. Esta edición contará con más de 65 participantes entre congresistas, asistentes y ponentes.

Organizado por un colectivo de jóvenes investigadores de las universidades de La Rioja y de Zaragoza, el encuentro busca fomentar e incentivar la multidisciplinariedad entre las diferentes áreas de investigación; favorecer la mejora de la formación de los jóvenes investigadores a través de la difusión de su trabajo y por medio de sesiones metodológicas de interés general impartidas por especialistas; y servir de foro de discusión sobre las problemáticas y retos a los que se enfrentan los jóvenes investigadores.

Además, esta undécima edición pretende generar un espacio de comunicación e intercambio de experiencias para jóvenes investigadores en diferentes etapas de la carrera académica y favorecer las relaciones y networking entre jóvenes investigadores de las áreas de Economía y Empresa.

Durante el encuentro, organizado por la Universidad de La Rioja y en colaboración con el Vicerrectorado de Investigación e Internacionalización, la Cátedra de Comercio de la UR, Campus Iberus, Ayuntamiento de Logroño, Eboca y Consejo Regulador DOCa Rioja, se presentarán más de 50 comunicaciones procedentes de universidades y centros de investigación de toda España y se celebrarán tres sesiones plenarias y una mesa redonda.

La primera de las sesiones plenarias, será impartida por Ramón Gonzalo, rector de la Universidad Pública de Navarra, y abordará las perspectivas y desafíos de la nueva Ley Orgánica del Sistema Universitario (LOSU) en las carreras de los jóvenes investigadores.

La segunda sesión plenaria correrá a cargo de Jorge Velilla, de la Universidad de Zaragoza, y abordará las buenas prácticas en el análisis de datos; mientras que, en la tercera sesión, Héctor Busto, catedrático de Química de la Universidad de La Rioja, abundará en el papel de la divulgación científica como vacuna frente a las fake news.

En la mesa redonda que clausurará el encuentro y bajo el título 'Claves para planificar y realizar estancias de investigación' participarán Ignacio Cazcarro (Agencia Aragonesa para la Investigación y el Desarrollo, Universidad de Zaragoza), Marisa Feijóo (directora general de Universidades del Gobierno de Aragón) y Carmen Ramón (Campus Iberus).

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->

La Cátedra de Comercio desarrolla su jornada sobre digitalización



LA RIOJA

El acto ha estado dirigido a comerciantes y asociaciones, entidades y profesionales relacionados con el sector. La Cátedra Extraordinaria de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha organizado el Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño'. Esta actividad forma parte del programa de Cursos de Verano UR 2024 que, gestionados por la Fundación de la UR, se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre.

El Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' ha estado dirigido tanto a actuales como futuros comerciantes, asociaciones de comerciantes, entidades y profesionales relacionados con el sector comercial; y a todas las personas que consideran que el comercio es un valor del entorno local y quieren profundizar en su mejora. «La presencia digital se ha vuelto indispensable para el comercio local», estimaron desde la UR.

La UR organiza una Jornada de Digitalización para el Comercio



La Cátedra Extraordinaria de Comercio –proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista- organiza el lunes 1 de julio el Curso de Verano ‘Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño’. Esta actividad forma parte del programa de Cursos de Verano UR 2024 que, gestionados por la Fundación de la UR, se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Cornago, Igea, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Treviana y Ginebra (Suiza).

Este curso está dirigido tanto a actuales como futuros comerciantes, asociaciones de comerciantes, entidades y profesionales relacionados con el sector comercial; y todas las personas que consideran que el comercio es un valor del entorno local y quieren profundizar en la mejora de la digitalización del sector.

El cupo es de 50 plazas y la matrícula gratuita, aunque es necesario formalizarla presentando una fotocopia del DNI/Pasaporte en el apartado “Documentación” de la inscripción online en <https://matriculaformacion.unirioja.es/fc/> ; o bien enviándolo a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es indicando nombre, dos apellidos y curso en el que desea matricularse.

El Curso de Verano ‘Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño’ está organizado por M.^a Cristina Olarte Pascual, Alba García Milon y Natalia Medrano de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, el Departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño.

La tendencia creciente de los consumidores hacia el uso de plataformas online para descubrir, investigar, y evaluar productos y establecimientos comerciales ha transformado radicalmente la dinámica del mercado, redefiniendo por completo la interacción entre comerciantes y clientes.

En este contexto, es fundamental aprovechar las oportunidades que brinda la digitalización al comercio local para ofrecer experiencias en línea con las demandas actuales de los consumidores.

La presencia digital se ha vuelto indispensable para el comercio local, ya que garantiza su visibilidad en los diversos canales que los consumidores frecuentan. Si bien los nuevos formatos comerciales online/offline atraen la atención de un consumidor conectado, las tiendas independientes y sus asociaciones necesitan volver a mostrar su atractivo y han de trabajar en mantener

las fortalezas propias de un comercio cercano y amable.

En este sentido, el comercio debe evolucionar hacia su digitalización y convertirse en un proveedor de experiencias memorables, compatibilizando las nuevas tecnologías con una comunicación personal profesional. Estas razones nos llevan a proponer este Curso de Verano para abordar las claves y desafíos en la digitalización del comercio de Logroño, un tema de vital importancia en la apuesta por ser Capital Europea del Comercio.

PROGRAMA

Centro de la Cultura del Rioja (CCR)

09.15 a 9.30 horas

Registro de asistentes

09.30 a 10.00 horas

Inauguración

Miguel Ángel Sainz García

Concejal de comercio

Ayuntamiento de Logroño

Fabiola Portillo

Vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa

Universidad de La Rioja

Cristina Olarte

Directora de la Catedra de Comercio

Universidad de La Rioja

10.00 a 11.00 horas

Redes sociales, presencia online y otras tendencias digitales en el comercio de Logroño: visión de comerciantes y clientes

Alba García Milon

Cristina Olarte Pascual

Profesoras de Economía y Empresa

Universidad de La Rioja

11.00 a 11.30 horas

Descanso y café

11.30 a 13.00 horas

Mesa redonda: Casos de éxito. Claves y desafíos en la digitalización del comercio con comercios logroñeses referentes en digitalización

La Frikilería (regalos), Yo Cloe (moda), Santos Ochoa (librería) y otros invitados de distintos sectores completarán la mesa redonda.

Modera:

Natalia Medrano

Profesora de Economía y Empresa

Universidad de La Rioja

13.00 a 13.15 horas

Información sobre "Acreditación de competencias en el comercio"

Arancha Olarte

16.00 a 20.00 horas

Salón de Grados del Edificio Quintiliano

Taller: Activación online de tu comercio SDi

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->



La Cátedra de Comercio organiza el Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño'



Esta actividad forma parte del programa de Cursos de Verano UR 2024 La Cátedra Extraordinaria de Comercio –proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista- organiza el lunes 1 de julio el Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño'.

Esta actividad forma parte del programa de Cursos de Verano UR 2024 que, gestionados por la Fundación de la UR, se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Cornago, Igea, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Treviana y Ginebra (Suiza).

Este curso está dirigido tanto a actuales como futuros comerciantes, asociaciones de comerciantes, entidades y profesionales relacionados con el sector comercial; y todas las personas que consideran que el comercio es un valor del entorno local y quieren profundizar en la mejora de la digitalización del sector.

El cupo es de 50 plazas y la matrícula gratuita, aunque es necesario formalizarla presentando una fotocopia del DNI/Pasaporte en el apartado «Documentación» de la inscripción online en <https://matriculaformacion.unirioja.es/fc/> ; o bien enviándolo a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es indicando nombre, dos apellidos y curso en el que desea matricularse.

El Curso de Verano 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' está organizado por M.^ª Cristina Olarte Pascual, Alba García Milon y Natalia Medrano de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, el Departamento de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño.

Digitalización del comercio

La tendencia creciente de los consumidores hacia el uso de plataformas online para descubrir, investigar, y evaluar productos y establecimientos comerciales ha transformado radicalmente la dinámica del mercado, redefiniendo por completo la interacción entre comerciantes y clientes.

En este contexto, es fundamental aprovechar las oportunidades que brinda la digitalización al comercio local para ofrecer experiencias en línea con las demandas actuales de los consumidores.

La presencia digital se ha vuelto indispensable para el comercio local, ya que garantiza su visibilidad en los diversos canales que los consumidores frecuentan. Si bien los nuevos formatos comerciales online/offline atraen la atención de un consumidor conectado, las tiendas independientes y sus asociaciones necesitan volver a mostrar su atractivo y han de trabajar en mantener las fortalezas propias de un comercio cercano y amable.

En este sentido, el comercio debe evolucionar hacia su digitalización y convertirse en un proveedor de experiencias memorables, compatibilizando las nuevas tecnologías con una comunicación personal profesional. Estas razones nos llevan a proponer este Curso de Verano para abordar las claves y desafíos en la digitalización del comercio de Logroño, un tema de vital importancia en la apuesta por ser Capital Europea del Comercio.

PROGRAMA

Centro de la Cultura del Rioja (CCR)

09.15 a 9.30 horas

Registro de asistentes

09.30 a 10.00 horas

Inauguración

Miguel Ángel Sainz García

Concejal de comercio

Ayuntamiento de Logroño

Fabiola Portillo

Vicerrectora de Responsabilidad Social Corporativa

Universidad de La Rioja

Cristina Olarte

Directora de la Catedra de Comercio

Universidad de La Rioja

10.00 a 11.00 horas

Redes sociales, presencia online y otras tendencias digitales en el comercio de Logroño: visión de comerciantes y clientes

Alba García Milon

Cristina Olarte Pascual

Profesoras de Economía y Empresa

Universidad de La Rioja

11.00 a 11.30 horas

Descanso y café

11.30 a 13.00 horas

Mesa redonda: Casos de éxito. Claves y desafíos en la digitalización del comercio con comercios logroñeses referentes en digitalización

La Frikilería (regalos), Yo Cloe (moda), Santos Ochoa (librería) y otros invitados de distintos sectores completarán la mesa redonda.

Modera:

Natalia Medrano

Profesora de Economía y Empresa

Universidad de La Rioja

13.00 a 13.15 horas

Información sobre «Acreditación de competencias en el comercio»

Arancha Olarte

16.00 a 20.00 horas

Salón de Grados del Edificio Quintiliano

Taller: Activación online de tu comercio SDi

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->



Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial

LOGROÑO, 21 (EUROPA PRESS) El Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra Extraordinaria de Comercio –proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista- presenta mañana 5 trabajos fin de grado (TFG) elaborados por alumnas de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de La Rioja.

Los actos de defensa pueden seguirse en directo, a partir de las 13 horas, en: <https://eu.bbcollab.com/guest/a03f0289ef9d40dd957fd41dab20bb73>

Estos TFG abordan cuestiones como la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad, los agentes comerciales, el impacto de las nuevas tecnologías en el sector minorista, Estrategias de marketing sensorial y urbano, así como las oportunidades que representa el segmento Silver, es decir, las personas maduras, como un mercado clave para el comercio de Logroño.

El objetivo de LApSretail es impulsar el comercio minorista y sus asociaciones en Logroño. Para ello, las estudiantes han analizado distintas zonas comerciales de la ciudad: Casco Antiguo, Zona Centro, Zona Este, Zona Oeste ZOCO y Lobete-Paseo de las Cien Tiendas.

Los TFGs han sido dirigidos por las profesoras Alba García Milon, Cristina Olarte Pascual y María Alesanco. Este año, como novedad, se ha contado con la participación del Colegio de Agentes Comerciales (COAC Rioja).

Los trabajos fin de grado (TFG) son los siguientes:

Un estudio de la figura del Agente Comercial, ¿qué puede aportar al comercio de Logroño?, de Marina Martirena Llantada.

¿Puede el Marketing Sensorial convertir a Logroño en la Capital Europea del Comercio de Proximidad? El caso del Casco Antiguo, de Paula Pastor García.

Hacia la transformación tecnológica del comercio: Un estudio en la zona este de Logroño, de Legarda Sagüés Verano.

El comercio local desde la experiencia de compra de la generación Silver. Un estudio de la zona comercial de Lobete-Paseo de las Cien Tiendas, de Miriam Sánchez Mayor.

Avanzando con el marketing urbano hacia la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad. Una aplicación en la Zona Oeste Comercial de Logroño, de Lucía Augusto Robres.

Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial



LOGROÑO, 21 Jun. (EUROPA PRESS) - El Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra Extraordinaria de Comercio –proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista- presenta mañana 5 trabajos fin de grado (TFG) elaborados por alumnas de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de La Rioja.

Los actos de defensa pueden seguirse en directo, a partir de las 13 horas, en: <https://eu.bbcollab.com/guest/a03f0289ef9d40dd957fd41dab20bb...>

Estos TFG abordan cuestiones como la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad, los agentes comerciales, el impacto de las nuevas tecnologías en el sector minorista, Estrategias de marketing sensorial y urbano, así como las oportunidades que representa el segmento Silver, es decir, las personas maduras, como un mercado clave para el comercio de Logroño.

El objetivo de LApSretail es impulsar el comercio minorista y sus asociaciones en Logroño. Para ello, las estudiantes han analizado distintas zonas comerciales de la ciudad: Casco Antiguo, Zona Centro, Zona Este, Zona Oeste ZOCO y Lobete-Paseo de las Cien Tiendas.

Los TFGs han sido dirigidos por las profesoras Alba García Milon, Cristina Olarte Pascual y María Alesanco. Este año, como novedad, se ha contado con la participación del Colegio de Agentes Comerciales (COAC Rioja).

Los trabajos fin de grado (TFG) son los siguientes:

Un estudio de la figura del Agente Comercial, ¿qué puede aportar al comercio de Logroño?, de Marina Martirena Llantada.

¿Puede el Marketing Sensorial convertir a Logroño en la Capital Europea del Comercio de Proximidad? El caso del Casco Antiguo, de Paula Pastor García.

Hacia la transformación tecnológica del comercio: Un estudio en la zona este de Logroño, de Legarda Sagüés Verano.

El comercio local desde la experiencia de compra de la generación Silver. Un estudio de la zona comercial de Lobete-Paseo de las Cien Tiendas, de Miriam Sánchez Mayor.

Avanzando con el marketing urbano hacia la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad. Una aplicación en la Zona Oeste Comercial de Logroño, de Lucía Augusto Robres.

Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra de Comercio presenta 5 nuevos TFG sobre sector comercial



El Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LApSretail de la Cátedra Extraordinaria de Comercio ?proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista- presenta mañana 5 trabajos fin de grado (TFG) elaborados por alumnas de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de La Rioja.

Los actos de defensa pueden seguirse en directo, a partir de las 13 horas, en:
<https://eu.bbcollab.com/guest/a03f0289ef9d40dd957fd41dab20bb73>
<https://eu.bbcollab.com/guest/a03f0289ef9d40dd957fd41dab20bb73>

Estos TFG abordan cuestiones como la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad, los agentes comerciales, el impacto de las nuevas tecnologías en el sector minorista, Estrategias de marketing sensorial y urbano, así como las oportunidades que representa el segmento Silver, es decir, las personas maduras, como un mercado clave para el comercio de Logroño.

El objetivo de LApSretail es impulsar el comercio minorista y sus asociaciones en Logroño. Para ello, las estudiantes han analizado distintas zonas comerciales de la ciudad: Casco Antiguo, Zona Centro, Zona Este, Zona Oeste ZOCO y Lobete-Paseo de las Cien Tiendas.

Los TFGs han sido dirigidos por las profesoras Alba García Milon, Cristina Olarte Pascual y María Alesanco. Este año, como novedad, se ha contado con la participación del Colegio de Agentes Comerciales (COAC Rioja).

Los trabajos fin de grado (TFG) son los siguientes:

Un estudio de la figura del Agente Comercial, ¿qué puede aportar al comercio de Logroño?, de Marina Martirena Llantada.

¿Puede el Marketing Sensorial convertir a Logroño en la Capital Europea del Comercio de Proximidad? El caso del Casco Antiguo, de Paula Pastor García.

Hacia la transformación tecnológica del comercio: Un estudio en la zona este de Logroño, de Legarda Sagüés Verano.

El comercio local desde la experiencia de compra de la generación Silver. Un estudio de la zona comercial de Lobete-Paseo de las Cien Tiendas, de Miriam Sánchez Mayor.

Avanzando con el marketing urbano hacia la Capitalidad Europea del Comercio de Proximidad. Una aplicación en la Zona Oeste Comercial de Logroño, de Lucía Augusto Robres.

La UR ofrece 17 cursos de verano presenciales y online



También incorpora la modalidad semipresencial y se desarrollarán en junio, julio y septiembre e incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior. La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja, informa Europa Press.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración con otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

LA UR EN COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

La Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración con la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

CURSOS DE LA UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Por otro lado, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja ha destacado cómo, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->

**El Día
de La Rioja**

Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line

LOGROÑO, 16 Jun. (EUROPA PRESS) – La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

LA UR EN COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

La Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

CURSOS DE LA UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Ícnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Por otro lado, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja ha destacado cómo, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

Los programas de verano de la UR incluyen 17 cursos presenciales, semipresenciales y en línea



LOGROÑO, 16 (EUROPA PRESS) La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración con otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

LA UR EN COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

La Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración con la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización

para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

CURSOS DE LA UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Por otro lado, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja ha destacado cómo, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line

La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

LOGROÑO, 16 (EUROPA PRESS)

La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

LA UR EN COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

La Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

CURSOS DE LA UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y

religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Por otro lado, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja ha destacado cómo, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

Los cursos de verano de la UR ofrecen un programa de 17 cursos presenciales, semipresenciales y on line



LOGROÑO, 16 Jun. (EUROPA PRESS) - La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por diecisiete cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración con otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

LA UR EN COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

La Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración con la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

CURSOS DE LA UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojaleña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Por otro lado, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja ha destacado cómo, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

La Universidad de La Rioja organiza 17 cursos de verano y llegan a Suiza



Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en Ginebra. — Erasmus Rural: cuando estudias en la Universidad y realizas la prácticas en un pueblo de La Rioja de menos de 5.000 habitantes La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por 17 cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

Cursos sobre Valle de la Lengua y Enorregión

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

La UR en colaboración con otras entidades

En este apartado, la Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la

capital riojana. En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'. Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre. Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

Cursos de la UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

CAMPUS JUNIOR

Finalmente, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->



Los Cursos de Verano de la UR ofrecen un programa formado por 17 cursos presenciales, semipresenciales y online

Las actividades se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. La Universidad de La Rioja ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por 17 cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

Plan de transformación

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

La UR en colaboración con otras entidades

En este apartado, la Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

Cursos de la UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Icnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el

albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

Campus Junior

Finalmente, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

La UR oferta 17 cursos de verano presenciales, semipresenciales y online

La Universidad de La Rioja (UR) ofrece un programa de Cursos de Verano 2024 compuesto por 17 cursos, presenciales y online, que se desarrollarán durante los meses de junio, julio y septiembre y entre los que se incluyen tres actividades para menores dentro del Campus Junior.

Las actividades de los Cursos de Verano UR 2024 se desarrollan del 5 de junio al 18 de septiembre en Arnedo, Calahorra, Logroño, Santo Domingo de la Calzada, Cornago, Igea y Treviana, así como en la ciudad suiza de Ginebra. Todos los cursos están gestionados por la Fundación de la Universidad de La Rioja.

Las actividades incluidas en el programa de Cursos de Verano UR 2024 se estructuran en cuatro grandes bloques: los cursos de formación enmarcados en el Plan de Transformación del Gobierno de La Rioja; los cursos que organiza la UR en colaboración otras entidades; las formaciones que organiza la Universidad de La Rioja; y las actividades destinadas a los menores.

Plan de Transformación

En primer lugar, las formaciones que se enmarcan en el Plan de Transformación del Gobierno de la Rioja, que tiene como objetivo impulsar dos de las fortalezas por las que La Rioja es conocida en el mundo: la lengua española y el vino, y para ello ha desarrollado dos programas marco que engloban distintas actividades y que son: el Valle de la Lengua y la Enorregión.

El Valle de la Lengua presenta este verano cuatro actividades formativas: 'Leer hoy' que inició el programa del 5 al 7 de junio; 'Diccionarios Digitales en Español: Del Corpus a la Inteligencia Artificial Generativa', que tendrá lugar el 21 de junio; 'Experiencias de lectura actuales', del 26 al 28 de junio; y 'Comunicación de la ciencia: del español al mundo. X Escuela de Verano sobre Historia de la Química', que se desarrollará del 10 al 14 de Julio.

Por su parte, Enorregión presenta el Curso 'Historia del vino: de las antiguas civilizaciones a La Rioja', que tendrá lugar el 19 de junio.

Estas formaciones profundizan en la utilización del español en áreas literarias, tecnológicas y científicas promoviendo su difusión y poniendo en valor una lengua hoy universal y que empezó a materializarse en La Rioja hace ya más de diez siglos.

La UR en colaboración con otras entidades

En este apartado, la Universidad de La Rioja lleva a cabo acciones formativas en colaboración la Guardia Civil y los ayuntamientos de Logroño, de Santo Domingo de la Calzada, de Arnedo y de Calahorra.

En el caso del Ayuntamiento de Logroño, el 1 de julio se celebra el Curso 'Navegando hacia el Futuro: Jornada de Digitalización para el Comercio de Logroño' organizado por la Cátedra de Comercio, instrumento activo para el desarrollo de ese sector en la capital riojana.

En colaboración con la Guardia Civil este año se presentan las jornadas 'La desinformación en el contexto de la seguridad' que se celebrarán entre el 10 y el 12 de julio.

En el caso del Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada, el Curso de Filosofía alcanza su vigésima edición, que del 15 al 19 de julio se dedica al 'Panorama de la filosofía de Gustavo bueno con ocasión de su centenario'.

Por su parte, junto al Ayuntamiento de Arnedo este año se organiza la trigésima edición del Curso 'Ciudad de Arnedo. Población y movimientos migratorios en el mundo actual: perspectivas y desafíos', que se celebra del 9 al 13 de septiembre.

Finalmente, junto al Ayuntamiento de Calahorra se presenta el decimoséptimo curso, que del 16 al 18 de septiembre se dedica a 'El atractivo turístico de las ciudades bimilenarias'.

Cursos de la UR

En cuanto a las formaciones propias y tradicionales de la Universidad de la Rioja, destacan el Curso 'Juventud, paz y seguridad: participación de los jóvenes en la transición hacia un nuevo orden mundial' del 1 al 4 de julio en Ginebra (Suiza), por un lado.

Por el otro, el Curso 'La desigualdad de género en diferentes ámbitos de la vida y la sociedad. Sensibilización y buenas prácticas', que se celebra del 2 al 3 de julio en la Universidad de la Rioja (Logroño).

Además, la localidad riojalteña de Treviana acoge del 17 al 19 de julio las XIII Jornadas del Románico: contexto social, cultural y religioso del arte románico.

Finalmente, del 19 al 31 de agosto tendrá lugar el Campo de Trabajo 'Ícnitas de dinosaurios' en el yacimiento de Igea y el albergue municipal de Cornago, en el que se estudiarán las huellas dinosaurio para conocer los procesos de formación de estos

fósiles y su relación con el comportamiento físico del suelo.

Campus Junior

Finalmente, la Universidad de La Rioja dedica su Campus Junior a los menores, con tres actividades para niños y jóvenes de entre 4 y 16 años con el objetivo de cubrir sus necesidades de ocio y contribuir a la conciliación familiar: Ludoteca Peque UR, del 24 de junio al 31 de julio; el Campamento Urbano: Superhéroes científicos, del 24 de junio al 26 de julio; y el Campus Tecnológico: Habilidades para el futuro (TICandBOT), del 24 de junio al 2 de agosto.

La Universidad de La Rioja, a través de su Fundación, trabaja cada verano por ofrecer formaciones y actividades de gran nivel académico y lúdico, para todos los públicos, y que tienen como objetivo fomentar la cultura y la investigación y acercar los valores universitarios a toda la sociedad con un catálogo de cursos amplio y atractivo.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->

La Universidad hace una app para el comercio riojano



La Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja ha lanzado una aplicación móvil gratuita que permitirá a los comerciantes locales de Logroño hacer autodiagnósticos y recibir recomendaciones de mejora. La herramienta se ha llevado a cabo con profesores expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos. | dl

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->



La ULE colabora en el desarrollo de una app para el comercio local de La Rioja



La ULE colabora en el desarrollo de una app para el comercio local de La Rioja C León

lunes, 20 mayo 2024

Buscar

Buscar

Inicio

Actualidad

La ULE colabora en el desarrollo de una app para el comercio local de La Rioja

By

leon24

20 mayo 2024

Rosana Fuentes, profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa, ha cooperado en la realización de esta herramienta gratuita que permitirá a los comerciantes de Logroño mejorar su competitividad.

La Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja ha lanzado una aplicación gratuita que permitirá a los comerciantes de Logroño realizar autodiagnósticos y recibir recomendaciones de mejora. Esta herramienta se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

En el caso de la institución leonesa ha sido Rosana Fuentes Fernández, profesora del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León, quien ha contribuido en la parte de Responsabilidad Social Corporativa.

Cristina Olarte, directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, destacó la importancia de esta iniciativa, que tiene como objetivo mejorar la competitividad del comercio local a través de una evaluación personalizada y sugerencias prácticas.

La aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta -que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU- proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

Facebook

[Twitter](#)

[Pinterest](#)

[WhatsApp](#)

[Blogger](#)

[LinkedIn](#)

[Compartir](#)

[Artículo anterior](#)

Once estudiantes de un instituto de Ponferrada resultan heridos al caer una escalera exterior del edificio

leon24

<https://www.leon24horas.net>

Buscar en La Rioja El comercio de ciudad podrá autodiagnosticarse para mejorar su servicio



LA RIOJA

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado una herramienta 'on line' para el autodiagnóstico del comercio local. «El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento», explicaron ayer.

La aplicación en cuestión evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas..., y a partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará consejos para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda. El acceso a la misma es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. El proyecto, que cuenta con financiación europea, se ha realizado con la colaboración de universidades como la Complutense de Madrid, la de León y la Rey Juan Carlos.

La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés



AGECU Asociación Española para la Gerencia de los Centros Urbanos

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado la 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local', que ha sido presentada esta mañana por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

“El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento”, ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

El acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. Ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

Fuente: [logroño.es](https://www.logroño.es)

Una app gratuita permitirá a los comerciantes de Logroño hacer un autodiagnóstico y recibir recomendaciones de mejora



LOGROÑO, 16 May. (EUROPA PRESS) - Una aplicación gratuita permitirá a los comerciantes de proximidad de Logroño realizar un autodiagnóstico sencillo, con el que se elaborará un informe sobre su situación y se darán recomendaciones para la mejora del establecimiento

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha sido la encargada de desarrollar esta 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local'.

Una iniciativa que ha sido presentada esta mañana por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

"El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento", ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa hasta un total de nueve aspectos de cada comercio "siempre desde un punto de vista positivo, con espíritu de mejora pensando en el objetivo de alcanzar la excelencia e incrementar su competitividad".

Estas nueve áreas, como ha detallado Pelegrín son "elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa".

La app, ha explicado el investigador, se adapta en dos versiones tanto a ordenador como a otros dispositivos tipo móvil o tablet. Una vez abierta, se elige la tienda a valorar y se puede acceder a tres niveles de evaluación: básico, con 8 preguntas; medio, con unas 25 preguntas; y alto, con entre 35 y 40 preguntas, "todas sencillas, con respuestas de sí o no".

Se va contestando a cada nivel o módulo, a conveniencia del propio comerciante, y al final de cada uno de ellos, la app emite el correspondiente informe con hasta cuatro valoraciones -mejorable, bien, notable y excelente-. Es a partir de esa valoración cuando la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda

Cristina Olarte ha incidido en que "el acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evtienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro".

Ha animado, por ello, a todos los comerciantes a probar la herramienta, ya que, además, "ante cualquier duda o problema el

usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381".

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos, así como con personal informático de la Fundación de la UR.

Una app gratuita permitirá a los comerciantes de Logroño hacer un autodiagnóstico y recibir recomendaciones de mejora

Una aplicación gratuita permitirá a los comerciantes de proximidad de Logroño realizar un autodiagnóstico sencillo, con el que se elaborará un informe sobre su situación y se darán recomendaciones para la mejora del establecimiento.

LOGROÑO, 16 (EUROPA PRESS)

Una aplicación gratuita permitirá a los comerciantes de proximidad de Logroño realizar un autodiagnóstico sencillo, con el que se elaborará un informe sobre su situación y se darán recomendaciones para la mejora del establecimiento.

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha sido la encargada de desarrollar esta 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local'.

Una iniciativa que ha sido presentada esta mañana por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

"El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento", ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa hasta un total de nueve aspectos de cada comercio "siempre desde un punto de vista positivo, con espíritu de mejora pensando en el objetivo de alcanzar la excelencia e incrementar su competitividad".

Estas nueve áreas, como ha detallado Pelegrín son "elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa".

La app, ha explicado el investigador, se adapta en dos versiones tanto a ordenador como a otros dispositivos tipo móvil o tablet.

Una vez abierta, se elige la tienda a valorar y se puede acceder a tres niveles de evaluación: básico, con 8 preguntas; medio, con unas 25 preguntas; y alto, con entre 35 y 40 preguntas, "todas sencillas, con respuestas de sí o no".

Se va contestando a cada nivel o módulo, a conveniencia del propio comerciante, y al final de cada uno de ellos, la app emite el correspondiente informe con hasta cuatro valoraciones -mejorable, bien, notable y excelente-. Es a partir de esa valoración cuando la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

Cristina Olarte ha incidido en que "el acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro".

Ha animado, por ello, a todos los comerciantes a probar la herramienta, ya que, además, "ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381".

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos, así como con personal informático de la Fundación de la UR.

Una herramienta online permitirá al comercio de Logroño identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento

La 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local' ha sido desarrollada por la Cátedra de Comercio, un proyecto del Ayuntamiento de Logroño y de la UR. La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado la 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local', que ha sido presentada este jueves por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

“El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento”, ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

El acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. Ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->

La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés



La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado la 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local', que ha sido presentada esta mañana por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín. “El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento”, ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

El acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. Ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

Los comercios de Logroño contarán con una aplicación de autodiagnóstico

La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado la 'Herramienta online para el Autodiagnóstico del Comercio Local', que ha sido presentada este jueves por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín. “El objetivo de esta herramienta es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento”, ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

El acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. Ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

La Cátedra de Comercio desarrolla una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local logroñés

Esta web utiliza cookies propias y de terceros para mejorar la navegación y ajustar los contenidos que mostramos, así como para obtener estadísticas generales de uso. Puede obtener más información en la Política de Cookies. Si continúa navegando, consideramos que acepta su uso. Configurar. La Cátedra de Comercio, proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha desarrollado una herramienta para el autodiagnóstico del comercio local que ha sido presentada esta mañana por el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, y por los investigadores de la Cátedra Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

“El objetivo de esta herramienta, accesible vía online, es realizar un análisis de cada comercio y aportar recomendaciones. De este modo, será el propio comerciante quien realice un autodiagnóstico de su negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento”, ha destacado el concejal Miguel Sainz.

De este modo, la aplicación evalúa aspectos de cada comercio como, por ejemplo, elementos tangibles, apariencia y facilidades físicas; establecimiento y gestión de la estrategia competitiva; calidad en la atención personal; gestión relacional con el cliente y aportación de valor; gestión de compras, proveedores y aprovisionamientos; gestión económico-financiera; implantación tecnológica y omnicanalidad; gestión de la comunicación comercial; y, responsabilidad social corporativa.

A partir de esta evaluación, la propia herramienta proporcionará recomendaciones para alcanzar la excelencia y mejorar la competitividad de la tienda.

El acceso a la aplicación es gratuito y se puede realizar, de forma sencilla, a través del enlace evaltienda.unirioja.es tras cumplimentar un breve formulario de registro. Ante cualquier duda o problema el usuario podrá contactar con la Cátedra de Comercio a través del correo electrónico catedra.comercio@unirioja.es y del teléfono 941 299 381.

El proyecto, que cuenta con financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, se ha realizado con la colaboración de profesores expertos de la Universidad de La Rioja y de otros centros como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de León y la Universidad Rey Juan Carlos.

Ayuntamiento y agentes comerciales abordan el emprendimiento para potenciar el comercio de proximidad y evitar posibles cierres



La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio inicia su andadura con el objetivo de potenciar el comercio de proximidad de la ciudad desde el diálogo, la implicación y colaboración de los agentes implicados. “La detección precoz de aquellos comercios próximos a echar el cierre, es una de las vías de trabajo en las que se centra el Ayuntamiento”, ha explicado Sáinz. El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, ha abierto esta mañana la primera reunión de trabajo de la Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio.

Tal y como ha explicado el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, se trata de un foro de trabajo en el que debatir y compartir las iniciativas que, desde el Ayuntamiento de Logroño, en colaboración con el resto de entidades, se van a poner en marcha “para potenciar el comercio de proximidad de la ciudad”. En concreto, “estamos ante una mesa de trabajo para avanzar en el emprendimiento local y en el relevo generacional de establecimientos comerciales”, ha apuntado.

Potenciar la “vocación” de comerciante

En esta primera reunión, ha indicado el edil, “perseguiamos, por un lado, potenciar la llama del emprendimiento comercial, en referencia a esa vocación de comerciante que, en los últimos años, ha decaído entre los más jóvenes y también entre personas que una vez finalizado su ciclo estudiantil han iniciado una experiencia comercial, pero fracasaron o incluso aquellos que nunca la iniciaron”. En ese sentido, según las palabras de Sáinz “estamos buscando poner en valor el comercio logroñés, que lo tiene y mucho, es perfectamente factible poner en marcha hoy un comercio en Logroño, sostenerlo y sacarlo adelante con gran esfuerzo y utilizando, además, canales de venta on line”.

Según Sáinz, “en esta ciudad se están cerrando unos 60 comercios al año, buena parte de los cuales son negocios de éxito, pero por falta de relevo se cierran, con lo que ello supone de empobrecimiento de las calles de la ciudad”. Por ello, ha insistido el concejal, “el primer objetivo de la Mesa es la búsqueda del emprendimiento comercial y, el segundo, promover y facilitar el relevo generacional”. Para ello, a juicio de Sáinz, “es necesario proyectar y visibilizar los recursos con los que cuentan entidades

como la ADER o la FER joven, con el fin de poner en contacto a ese joven, o no tan joven, emprendedor, con el comerciante que prevé cerrar su negocio, analizando también si esos mecanismos que ya existen se pueden perfeccionar o mejorar”.

En la reunión han participado representantes del sector educativo, del Gobierno de La Rioja, la Federación de Empresarios de La Rioja, de la Cámara de Comercio de La Rioja, de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, de la Cátedra de Cátedra de Empresa Familiar y Emprendimiento de la Universidad de La Rioja, de SECOT, del IES Comercio y el IES La Laboral, que imparten grados vinculados al Comercio, y de las asociaciones comerciales zonales de la ciudad, así como los portavoces de los grupos políticos municipales.

“Aquel que quiera subir la verja no está solo”

Otra de las actuaciones contempladas en la Mesa es la detección precoz de aquellos comercios que van a cerrar sus puertas, para tratar de favorecer el relevo antes de que se produzca el cierre. Para ello, Sainz está convencido de que “las asociaciones vecinales que están en los diferentes barrios juegan un importante papel para detectarlos y que desde la Mesa del emprendimiento podamos poner en contacto a la persona que va a cerrar su negocio con un posible emprendedor, de manera que puedan compartir un tiempo de traspaso de conocimientos y experiencias, además de recibir un asesoramiento en materia fiscal, contable, etc.”.

A juicio de Sáinz, “todo ello existe, pero desgraciadamente no se conoce, por ello desde el Ayuntamiento vamos a darle visibilidad para que los logroñeses sepan que aquel que quiera subir la verja no está solo; dispone de mecanismos a su alrededor y ayudas económicas que se aprobaron la semana pasada en el Pleno de la Corporación”.

“Nuestro objetivo es aunar esfuerzos y desde la colaboración e implicación de todos los agentes poner en marcha iniciativas que fortalezcan el sector comercial de la ciudad, fomentando el emprendimiento y el traspaso comercial de negocios”, ha añadido.

Generar nuevos espacios de encuentro

“Por un lado contamos con alumnos en diferentes centros docentes de la ciudad como el IES La Laboral, IES Comercio, Universidad de La Rioja y Formación Profesional (con 30 aulas de emprendimiento) a los que queremos dirigirnos y poner en marcha espacios de encuentro con los agentes comerciales de la ciudad para trasladarles las posibilidades de futuro que tienen si deciden abrir un comercio o dar continuidad a uno ya existente”, ha aseverado el concejal.

El Consistorio logroñés está trabajando también en experiencias de sensibilización y concienciación de los niños sobre el amor y conocimiento del comercio de proximidad.

En esta primera reunión, se han puesto sobre la mesa las novedades introducidas en las bases reguladoras para la concesión de subvenciones que financian la creación de nuevas iniciativas económicas y consolidación empresarial en el término municipal de Logroño.

Así, una de las principales novedades es que se ha introducido una ayuda específica para apoyar el relevo generacional. Recordar que las cuantías de subvención en este caso alcanzarán hasta un máximo de 3.000 euros de los gastos subvencionables para el sucesor de la actividad, autónomo o microempresa que cumplan los requisitos, y serán de 500 euros para el transmitente de la actividad (novedad significativa que trata de poner en valor la colaboración y acompañamiento en el proceso de relevo).

En el ámbito de la consolidación empresarial se ha incluido también otra modalidad de subvenciones, destinadas en este caso a financiar parcialmente los gastos que realicen las microempresas para favorecer su modernización, digitalización. Las subvenciones alcanzarán en este caso hasta un máximo de 2.500 euros de los gastos subvencionables que se incluyen en el proyecto de bases.

Sainz ha destacado también las ayudas con las que cuenta el Consistorio logroñés para fomentar el emprendimiento, la modalidad A, ‘Nueva iniciativa’ que irá destinada a financiar la creación de microempresas que inicien una actividad económica y se instalen en el término municipal de Logroño. La cuantía de estas subvenciones alcanzará los 3.500 euros, cuantía que se incrementará en 500 euros en aquellas actividades económicas que se ubiquen en el Centro Histórico de la ciudad.

Y por otro lado la modalidad B de las subvenciones, denominada ‘Nueva iniciativa comercial’, que busca financiar parcialmente la creación de microempresas que inicien una actividad económica, exclusivamente comercial, en Logroño.

En Logroño cierran unos 60 comercios al año por falta de relevo generacional



La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio comienza su andadura con el fin de potenciar la vocación de comerciante. La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio inicia su andadura con el objetivo de potenciar el comercio de proximidad de la ciudad desde el diálogo, la implicación y colaboración de los agentes implicados. “La detección precoz de aquellos comercios próximos a echar el cierre, es una de las vías de trabajo en las que se centra el Ayuntamiento”, ha explicado Sáinz. El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, ha abierto este miércoles la primera reunión de trabajo de la Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio.

Tal y como ha explicado el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, se trata de un foro de trabajo en el que debatir y compartir las iniciativas que, desde el Ayuntamiento de Logroño, en colaboración con el resto de entidades, se van a poner en marcha “para potenciar el comercio de proximidad de la ciudad”. En concreto, “estamos ante una mesa de trabajo para avanzar en el emprendimiento local y en el relevo generacional de establecimientos comerciales”, ha apuntado.

Potenciar la “vocación” de comerciante

En esta primera reunión, ha indicado el edil, “perseguimos, por un lado, potenciar la llama del emprendimiento comercial, en referencia a esa vocación de comerciante que, en los últimos años, ha decaído entre los más jóvenes y también entre personas que una vez finalizado su ciclo estudiantil han iniciado una experiencia comercial, pero fracasaron o incluso aquellos que nunca la iniciaron”. En ese sentido, según las palabras de Sáinz “estamos buscando poner en valor el comercio logroñés, que lo tiene y mucho, es perfectamente factible poner en marcha hoy un comercio en Logroño, sostenerlo y sacarlo adelante con gran esfuerzo y utilizando, además, canales de venta on line”.

Según Sáinz, “en esta ciudad se están cerrando unos 60 comercios al año, buena parte de los cuales son negocios de éxito, pero por falta de relevo se cierran, con lo que ello supone de empobrecimiento de las calles de la ciudad”. Por ello, ha insistido el concejal, “el primer objetivo de la Mesa es la búsqueda del emprendimiento comercial y, el segundo, promover y facilitar el relevo generacional”. Para ello, a juicio de Sáinz, “es necesario proyectar y visibilizar los recursos con los que cuentan entidades como la ADER o la FER joven, con el fin de poner en contacto a ese joven, o no tan joven, emprendedor, con el comerciante que prevé cerrar su negocio, analizando también si esos mecanismos que ya existen se pueden perfeccionar o mejorar”.

En la reunión han participado representantes del sector educativo, del Gobierno de La Rioja, la Federación de Empresarios de La Rioja, de la Cámara de Comercio de La Rioja, de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, de la Cátedra de Cátedra de Empresa Familiar y Emprendimiento de la Universidad de La Rioja, de SECOT, del IES Comercio y el IES la Laboral, que imparten grados vinculados al Comercio, y de las asociaciones comerciales zonales de la ciudad, así como los portavoces de los grupos políticos municipales.

“Aquel que quiera subir la verja no está solo”

Otra de las actuaciones contempladas en la Mesa es la detección precoz de aquellos comercios que van a cerrar sus puertas, para tratar de favorecer el relevo antes de que se produzca el cierre. Para ello, Sainz está convencido de que “las asociaciones vecinales que están en los diferentes barrios juegan un importante papel para detectarlos y que desde la Mesa del emprendimiento podamos poner en contacto a la persona que va a cerrar su negocio con un posible emprendedor, de manera que puedan compartir un tiempo de traspaso de conocimientos y experiencias, además de recibir un asesoramiento en materia fiscal, contable, etc.”.

A juicio de Sáinz, “todo ello existe, pero desgraciadamente no se conoce, por ello desde el Ayuntamiento vamos a darle visibilidad para que los logroñeses sepan que aquel que quiera subir la verja no está solo; dispone de mecanismos a su alrededor y ayudas económicas que se aprobaron la semana pasada en el Pleno de la Corporación”.

“Nuestro objetivo es aunar esfuerzos y desde la colaboración e implicación de todos los agentes poner en marcha iniciativas que fortalezcan el sector comercial de la ciudad, fomentando el emprendimiento y el traspaso comercial de negocios”, ha añadido.

Generar nuevos espacios de encuentro

“Por un lado contamos con alumnos en diferentes centros docentes de la ciudad como el IES La Laboral, IES Comercio, Universidad de La Rioja y Formación Profesional (con 30 aulas de emprendimiento) a los que queremos dirigirnos y poner en marcha espacios de encuentro con los agentes comerciales de la ciudad para trasladarles las posibilidades de futuro que tienen si deciden abrir un comercio o dar continuidad a uno ya existente”, ha aseverado el concejal.

El Consistorio logroñés está trabajando también en experiencias de sensibilización y concienciación de los niños sobre el amor y conocimiento del comercio de proximidad. En esta primera reunión, se han puesto sobre la mesa las novedades introducidas en las bases reguladoras para la concesión de subvenciones que financian la creación de nuevas iniciativas económicas y consolidación empresarial en el término municipal de Logroño.

Así, una de las principales novedades es que se ha introducido una ayuda específica para apoyar el relevo generacional. Recordar que las cuantías de subvención en este caso alcanzarán hasta un máximo de 3.000 euros de los gastos subvencionables para el sucesor de la actividad, autónomo o microempresa que cumplan los requisitos, y serán de 500 euros para el transmitente de la actividad (novedad significativa que trata de poner en valor la colaboración y acompañamiento en el proceso de relevo).

En el ámbito de la consolidación empresarial se ha incluido también otra modalidad de subvenciones, destinadas en este caso a financiar parcialmente los gastos que realicen las microempresas para favorecer su modernización, digitalización. Las subvenciones alcanzarán en este caso hasta un máximo de 2.500 euros de los gastos subvencionables que se incluyen en el proyecto de bases.

Sainz ha destacado también las ayudas con las que cuenta el Consistorio logroñés para fomentar el emprendimiento, la modalidad A, ‘Nueva iniciativa’ que irá destinada a financiar la creación de microempresas que inicien una actividad económica y se instalen en el término municipal de Logroño. La cuantía de estas subvenciones alcanzará los 3.500 euros, cuantía que se incrementará en 500 euros en aquellas actividades económicas que se ubiquen en el Centro Histórico de la ciudad.

Y por otro lado la modalidad B de las subvenciones, denominada ‘Nueva iniciativa comercial’, que busca financiar parcialmente la creación de microempresas que inicien una actividad económica, exclusivamente comercial, en Logroño.

<----- **Imágenes contenidas en la noticia** ----->



Ayuntamiento y agentes comerciales apuestan por emprendimiento y relevo generacional para potenciar comercio en Logroño



LOGROÑO, 8 May. (EUROPA PRESS) - La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio inicia su andadura con el objetivo de potenciar el comercio de proximidad de la ciudad desde el diálogo, la implicación y colaboración de los agentes implicados, además de promover que los jóvenes se impliquen en el sector, impulsar el relevo generacional y evitar, en definitiva, posible cierres.

El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, ha abierto esta mañana la primera reunión de trabajo de la Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio.

Un foro de trabajo, como ha señalado el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sáinz, en el que debatir y compartir las iniciativas que, desde el Ayuntamiento de Logroño, en colaboración con el resto de entidades, se van a poner en marcha "para potenciar el comercio de proximidad de la ciudad"

En concreto, " estamos ante una mesa de trabajo para avanzar en el emprendimiento local y en el relevo generacional de establecimientos comerciales", ha apuntado.

En esta primera reunión, ha indicado el edil, "perseguiamos, por un lado, potenciar la llama del emprendimiento comercial, en referencia a esa vocación de comerciante que, en los últimos años, ha decaído entre los más jóvenes y también entre personas que una vez finalizado su ciclo estudiantil han iniciado una experiencia comercial, pero fracasaron o incluso aquellos que nunca la iniciaron

En ese sentido, según las palabras de Sáinz "estamos buscando poner en valor el comercio logroñés, que lo tiene y mucho, es perfectamente factible poner en marcha hoy un comercio en Logroño, sostenerlo y sacarlo adelante con gran esfuerzo y utilizando, además, canales de venta on line".

Según Sáinz, "en esta ciudad se están cerrando unos 60 comercios al año, buena parte de los cuales son negocios de éxito, pero por falta de relevo se cierran, con lo que ello supone de empobrecimiento de las calles de la ciudad".

Por ello, ha insistido el concejal, "el primer objetivo de la Mesa es la búsqueda del emprendimiento comercial y, el segundo,

promover y facilitar el relevo generacional".

Para ello, a juicio de Sáinz, "es necesario proyectar y visibilizar los recursos con los que cuentan entidades como la ADER o la FER joven, con el fin de poner en contacto a ese joven, o no tan joven, emprendedor, con el comerciante que prevé cerrar su negocio, analizando también si esos mecanismos que ya existen se pueden perfeccionar o mejorar".

En la reunión han participado representantes del sector educativo, del Gobierno de La Rioja, la Federación de Empresarios de La Rioja, de la Cámara de Comercio de La Rioja, de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, de la Cátedra de Cátedra de Empresa Familiar y Emprendimiento de la Universidad de La Rioja, de SECOT, del IES Comercio y el IES La Laboral, que imparten grados vinculados al Comercio, y de las asociaciones comerciales zonales de la ciudad, así como los portavoces de los grupos políticos municipales

"AQUEL QUE QUIERA SUBIR LA VERJA NO ESTÁ SOLO".

Otra de las actuaciones contempladas en la Mesa es la detección precoz de aquellos comercios que van a cerrar sus puertas, para tratar de favorecer el relevo antes de que se produzca el cierre.

Para ello, Sainz está convencido de que "las asociaciones vecinales que están en los diferentes barrios juegan un importante papel para detectarlos y que desde la Mesa del emprendimiento podamos poner en contacto a la persona que va a cerrar su negocio con un posible emprendedor, de manera que puedan compartir un tiempo de traspaso de conocimientos y experiencias, además de recibir un asesoramiento en materia fiscal, contable, etc."

A juicio de Sáinz, " todo ello existe, pero desgraciadamente no se conoce, por ello desde el Ayuntamiento vamos a darle visibilidad para que los logroñeses sepan que aquel que quiera subir la verja no está solo; dispone de mecanismos a su alrededor y ayudas económicas que se aprobaron la semana pasada en el Pleno de la Corporación".

"Nuestro objetivo es aunar esfuerzos y desde la colaboración e implicación de todos los agentes poner en marcha iniciativas que fortalezcan el sector comercial de la ciudad, fomentando el emprendimiento y el traspaso comercial de negocios", ha añadido.

GENERAR NUEVOS ESPACIOS DE ENCUENTRO.

"Por un lado contamos con alumnos en diferentes centros docentes de la ciudad como el IES La Laboral, IES Comercio, Universidad de La Rioja y Formación Profesional (con 30 aulas de emprendimiento) a los que queremos dirigirnos y poner en marcha espacios de encuentro con los agentes comerciales de la ciudad para trasladarles las posibilidades de futuro que tienen si deciden abrir un comercio o dar continuidad a uno ya existente", ha aseverado el concejal.

El Consistorio logroñés está trabajando también en experiencias de sensibilización y concienciación de los niños sobre el amor y conocimiento del comercio de proximidad.

En esta primera reunión, se han puesto sobre la mesa las novedades introducidas en las bases reguladoras para la concesión de subvenciones que financian la creación de nuevas iniciativas económicas y consolidación empresarial en el término municipal de Logroño.

Así, una de las principales novedades es que se ha introducido una ayuda específica para apoyar el relevo generacional. Las cuantías de subvención en este caso alcanzarán hasta un máximo de 3.000 euros de los gastos subvencionables para el sucesor de la actividad, autónomo o microempresa que cumplan los requisitos, y serán de 500 euros para el transmitente de la actividad (novedad significativa que trata de poner en valor la colaboración y acompañamiento en el proceso de relevo).

En el ámbito de la consolidación empresarial se ha incluido también otra modalidad de subvenciones, destinadas en este caso a financiar parcialmente los gastos que realicen las microempresas para favorecer su modernización, digitalización. Las subvenciones alcanzarán en este caso hasta un máximo de 2.500 euros de los gastos subvencionables que se incluyen en el proyecto de bases.

Sainz ha destacado también las ayudas con las que cuenta el Consistorio logroñés para fomentar el emprendimiento, la modalidad A, 'Nueva iniciativa' que irá destinada a financiar la creación de microempresas que inicien una actividad económica y se instalen en el término municipal de Logroño. La cuantía de estas subvenciones alcanzará los 3.500 euros, cuantía que se incrementará en 500 euros en aquellas actividades económicas que se ubiquen en el Centro Histórico de la ciudad.

Y por otro lado la modalidad B de las subvenciones, denominada 'Nueva iniciativa comercial', que busca financiar parcialmente la creación de microempresas que inicien una actividad económica, exclusivamente comercial, en Logroño.

Ayuntamiento y agentes comerciales apuestan por emprendimiento y relevo generacional para potenciar comercio en Logroño

La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio inicia su andadura con el objetivo de potenciar el comercio de proximidad de la ciudad desde el diálogo, la implicación y colaboración de los agentes implicados, además de promover que los jóvenes se impliquen en el sector, impulsar el relevo generacional y evitar, en definitiva, posible cierres.

LOGROÑO, 8 (EUROPA PRESS)

La Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio inicia su andadura con el objetivo de potenciar el comercio de proximidad de la ciudad desde el diálogo, la implicación y colaboración de los agentes implicados, además de promover que los jóvenes se impliquen en el sector, impulsar el relevo generacional y evitar, en definitiva, posible cierres.

El alcalde de Logroño, Conrado Escobar, ha abierto esta mañana la primera reunión de trabajo de la Mesa de Emprendimiento Comercial y Relevo Generacional en el Comercio.

Un foro de trabajo, como ha señalado el concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sáinz, en el que debatir y compartir las iniciativas que, desde el Ayuntamiento de Logroño, en colaboración con el resto de entidades, se van a poner en marcha "para potenciar el comercio de proximidad de la ciudad".

En concreto, "estamos ante una mesa de trabajo para avanzar en el emprendimiento local y en el relevo generacional de establecimientos comerciales", ha apuntado.

En esta primera reunión, ha indicado el edil, "perseguiamos, por un lado, potenciar la llama del emprendimiento comercial, en referencia a esa vocación de comerciante que, en los últimos años, ha decaído entre los más jóvenes y también entre personas que una vez finalizado su ciclo estudiantil han iniciado una experiencia comercial, pero fracasaron o incluso aquellos que nunca la iniciaron".

En ese sentido, según las palabras de Sáinz "estamos buscando poner en valor el comercio logroñés, que lo tiene y mucho, es perfectamente factible poner en marcha hoy un comercio en Logroño, sostenerlo y sacarlo adelante con gran esfuerzo y utilizando, además, canales de venta on line".

Según Sáinz, "en esta ciudad se están cerrando unos 60 comercios al año, buena parte de los cuales son negocios de éxito, pero por falta de relevo se cierran, con lo que ello supone de empobrecimiento de las calles de la ciudad".

Por ello, ha insistido el concejal, "el primer objetivo de la Mesa es la búsqueda del emprendimiento comercial y, el segundo, promover y facilitar el relevo generacional".

Para ello, a juicio de Sáinz, "es necesario proyectar y visibilizar los recursos con los que cuentan entidades como la ADER o la FER joven, con el fin de poner en contacto a ese joven, o no tan joven, emprendedor, con el comerciante que prevé cerrar su negocio, analizando también si esos mecanismos que ya existen se pueden perfeccionar o mejorar".

En la reunión han participado representantes del sector educativo, del Gobierno de La Rioja, la Federación de Empresarios de La Rioja, de la Cámara de Comercio de La Rioja, de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, de la Cátedra de Cátedra de Empresa Familiar y Emprendimiento de la Universidad de La Rioja, de SECOT, del IES Comercio y el IES la Laboral, que imparten grados vinculados al Comercio, y de las asociaciones comerciales zonales de la ciudad, así como los portavoces de los grupos políticos municipales.

"AQUEL QUE QUIERA SUBIR LA VERJA NO ESTÁ SOLO".

Otra de las actuaciones contempladas en la Mesa es la detección precoz de aquellos comercios que van a cerrar sus puertas, para tratar de favorecer el relevo antes de que se produzca el cierre.

Para ello, Sainz está convencido de que "las asociaciones vecinales que están en los diferentes barrios juegan un importante papel para detectarlos y que desde la Mesa del emprendimiento podamos poner en contacto a la persona que va a cerrar su negocio con un posible emprendedor, de manera que puedan compartir un tiempo de traspaso de conocimientos y experiencias, además de recibir un asesoramiento en materia fiscal, contable, etc."

A juicio de Sáinz, "todo ello existe, pero desgraciadamente no se conoce, por ello desde el Ayuntamiento vamos a darle visibilidad para que los logroñeses sepan que aquel que quiera subir la verja no está solo; dispone de mecanismos a su alrededor y ayudas económicas que se aprobaron la semana pasada en el Pleno de la Corporación".

"Nuestro objetivo es aunar esfuerzos y desde la colaboración e implicación de todos los agentes poner en marcha iniciativas que

fortalezcan el sector comercial de la ciudad, fomentando el emprendimiento y el traspaso comercial de negocios", ha añadido.

GENERAR NUEVOS ESPACIOS DE ENCUENTRO.

"Por un lado contamos con alumnos en diferentes centros docentes de la ciudad como el IES La Laboral, IES Comercio, Universidad de La Rioja y Formación Profesional (con 30 aulas de emprendimiento) a los que queremos dirigirnos y poner en marcha espacios de encuentro con los agentes comerciales de la ciudad para trasladarles las posibilidades de futuro que tienen si deciden abrir un comercio o dar continuidad a uno ya existente", ha aseverado el concejal.

El Consistorio logroñés está trabajando también en experiencias de sensibilización y concienciación de los niños sobre el amor y conocimiento del comercio de proximidad.

En esta primera reunión, se han puesto sobre la mesa las novedades introducidas en las bases reguladoras para la concesión de subvenciones que financian la creación de nuevas iniciativas económicas y consolidación empresarial en el término municipal de Logroño.

Así, una de las principales novedades es que se ha introducido una ayuda específica para apoyar el relevo generacional. Las cuantías de subvención en este caso alcanzarán hasta un máximo de 3.000 euros de los gastos subvencionables para el sucesor de la actividad, autónomo o microempresa que cumplan los requisitos, y serán de 500 euros para el transmitente de la actividad (novedad significativa que trata de poner en valor la colaboración y acompañamiento en el proceso de relevo).

En el ámbito de la consolidación empresarial se ha incluido también otra modalidad de subvenciones, destinadas en este caso a financiar parcialmente los gastos que realicen las microempresas para favorecer su modernización, digitalización. Las subvenciones alcanzarán en este caso hasta un máximo de 2.500 euros de los gastos subvencionables que se incluyen en el proyecto de bases.

Sainz ha destacado también las ayudas con las que cuenta el Consistorio logroñés para fomentar el emprendimiento, la modalidad A, 'Nueva iniciativa' que irá destinada a financiar la creación de microempresas que inicien una actividad económica y se instalen en el término municipal de Logroño. La cuantía de estas subvenciones alcanzará los 3.500 euros, cuantía que se incrementará en 500 euros en aquellas actividades económicas que se ubiquen en el Centro Histórico de la ciudad.

Y por otro lado la modalidad B de las subvenciones, denominada 'Nueva iniciativa comercial', que busca financiar parcialmente la creación de microempresas que inicien una actividad económica, exclusivamente comercial, en Logroño.

«Es necesario adaptarse al comportamiento del cliente»



Natalia Medrano, colaboradora de la Cátedra de Comercio, vicedecana de la UR y participante en el estudio 'Beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física', aborda la situación del comercio logroñés. Es cierto y una realidad que el continuo incremento de la compra a través de internet ha disminuido el número de tiendas físicas, y eso nos hace plantearnos qué tipo de tiendas buscan ahora los consumidores». Natalia Medrano es colaboradora de la Cátedra de Comercio, directora del Grado de Administración y Dirección de Empresas y vicedecana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UR, y participante en el estudio 'Beneficios e inconvenientes de comprar en tienda física'.

Durante la realización del estudio, Medrano pudo constatar cómo la totalidad de los participantes ya compraban a través de internet, lo que ratifica el cambio comportamental en los consumidores. «No nos sirve de nada quejarnos de algo que no nos gusta pero que está sucediendo y es una realidad» apunta Medrano, indicando que la solución es identificar las opciones disponibles para potenciar las fortalezas y mitigar las debilidades «que tenemos en el comercio físico frente al comercio online». Subraya Medrano que esta es precisamente la razón de ser del estudio «conocer de verdad cuáles son los beneficios e inconvenientes percibidos por la sociedad, y a partir de ahí trabajar sobre esos beneficios y potenciarlos, hacer todas campañas de comunicación, tanto a nivel presencial como online», y es que, indica, tener una tienda física «no significa que no tengamos que tener presencia en internet».

Sin embargo, a pesar del cambio de hábitos en los consumidores, la mayor fortaleza del comercio riojano «sigue siendo la indudable alta intención en compra física».

<----- Imágenes contenidas en la noticia ----->

El Día de La Rioja

El Ayuntamiento trabaja para proyectar el comercio local y que venir a comprar a Logroño "sea una experiencia de compra única y diferente"



El Ayuntamiento de Logroño trabaja para poner en marcha un plan de choque con medidas que se van a desarrollar a lo largo de 2024 para proyectar el comercio logroñés a todo el entorno metropolitano de la ciudad, potenciando elementos como la experiencia en compra física. El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, ha participado hoy en el seminario 'Beneficios e inconvenientes de comprar en tienda física', organizado por la Cátedra de Comercio, y que ha contado como ponente con Natalia Medrano, colaboradora de la Cátedra de Comercio, directora del Grado de Administración y Dirección de Empresas y vicedecana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UR.

Sainz ha agradecido a la Universidad de La Rioja "el esfuerzo que lleva años realizando por el comercio de proximidad logroñés, no sólo desde un punto de vista de conocimiento, estadístico y análisis, sino también de motivación". En su opinión, "esta Cátedra ha sido, durante 14 años, una palanca para el comercio de nuestra ciudad".

Asimismo, Sainz ha manifestado que "el mes de marzo va a ser un mes importante desde el punto de vista del comercio y su dinamización, el Ayuntamiento va a convocar el Consejo Municipal de Comercio y se va a poner en marcha un plan de choque con medidas que prevemos desarrollar a lo largo de 2024 para proyectar el comercio logroñés a todo el entorno metropolitano de la ciudad, potenciando elementos como la experiencia en compra física".

En palabras del concejal, "cuando uno pasea por la ciudad haciendo compras a pie, está contribuyendo a hacer más ciudad, a hacer unas calles más concurridas, más seguras, más vivas".

En ese sentido, ha expresado, "seguiremos animando a la gente de toda La Rioja y de otras comunidades limítrofes a venir a comprar a Logroño y, para ello, ofreceremos nuevas soluciones de aparcamiento, además de citas de dinamización del comercio en las calles de nuestra ciudad contando con el sector cultural de cada zona, con los colegios y diferentes colectivos, que harán que venir a comprar a Logroño sea una experiencia de compra única y diferente".

Logroño trabaja para que “venir a comprar a la ciudad sea una experiencia única”



El Ayuntamiento de Logroño trabaja para poner en marcha un plan de choque con medidas que se van a desarrollar a lo largo de 2024 para proyectar el comercio logroñés a todo el entorno metropolitano de la ciudad, potenciando elementos como la experiencia en compra física. El concejal de Promoción de la Ciudad, Miguel Sainz, ha participado este lunes en el seminario 'Beneficios e inconvenientes de comprar en tienda física', organizado por la Cátedra de Comercio, y que ha contado como ponente con Natalia Medrano, colaboradora de la Cátedra de Comercio, directora del Grado de Administración y Dirección de Empresas y vicedecana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UR.

Sainz ha agradecido a la Universidad de La Rioja “el esfuerzo que lleva años realizando por el comercio de proximidad logroñés, no sólo desde un punto de vista de conocimiento, estadístico y análisis, sino también de motivación”. En su opinión, “esta Cátedra ha sido, durante 14 años, una palanca para el comercio de nuestra ciudad”.

Asimismo, Sainz ha manifestado que “el mes de marzo va a ser un mes importante desde el punto de vista del comercio y su dinamización, el Ayuntamiento va a convocar el Consejo Municipal de Comercio y se va a poner en marcha un plan de choque con medidas que prevemos desarrollar a lo largo de 2024 para proyectar el comercio logroñés a todo el entorno metropolitano de la ciudad, potenciando elementos como la experiencia en compra física”.

En palabras del concejal, “cuando uno pasea por la ciudad haciendo compras a pie, está contribuyendo a hacer más ciudad, a hacer unas calles más concurridas, más seguras, más vivas”.

En ese sentido, ha expresado, “seguiremos animando a la gente de toda La Rioja y de otras comunidades limítrofes a venir a comprar a Logroño y, para ello, ofreceremos nuevas soluciones de aparcamiento, además de citas de dinamización del comercio en las calles de nuestra ciudad contando con el sector cultural de cada zona, con los colegios y diferentes colectivos, que harán que venir a comprar a Logroño sea una experiencia de compra única y diferente”.

<----- *Imágenes contenidas en la noticia* ----->



'Beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física', el lunes 26

El seminario está organizado por la Cátedra de Comercio Natalia Medrano ofrece este lunes 26 de febrero el Seminario 'Beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física' a partir de las 13.00 horas en el Aula 104 del Edificio Quintiliano de la Universidad de la Rioja

<----- *Imágenes contenidas en la noticia* ----->



Logroño reduce en 300 sus establecimientos comerciales en el último lustro



Dos Trabajos de Fin de Grado de la Cátedra de Comercio analizan los motivos y las soluciones a los cierres y el reto del comercio electrónico Logroño

El Laboratorio de Aprendizaje-Servicio LAPsretail de la Cátedra Extraordinaria de Comercio, un proyecto del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja para impulsar el comercio minorista, ha acogido la defensa de dos Trabajos Fin de Grado sobre locales comerciales vacíos y la cara oculta del comercio digital.

Estos trabajos son obra de dos estudiantes de la Universidad de La Rioja. Por un lado, Pilar San Pedro García ha analizado los 'Locales comerciales vacíos en el barrio del Carmen de Logroño: problemática e ideas de revitalización'; y, Adelina Mehmedova Abazova, ha abordado 'La cara oculta del comercio digital. Visión de los aspectos negativos del e-commerce en Logroño'.

Ambos trabajos fin de grado presentan recomendaciones para el comercio local de Logroño y han sido dirigidos por las doctoras Alba García Milon y Cristina Olarte Pascual.

La cara oculta del comercio electrónico

Según ha explicado Adelina Mehmedova "este trabajo aborda las complejidades y desafíos asociados con la implementación y aprovechamiento del comercio digital, especialmente relevante para el pequeño comercio que enfrenta diversas barreras desde su posición vulnerable".

Los resultados destacan que menos de la mitad de los comercios analizados tienen presencia digital. "Se identifican tres principales problemas: el de la desconfianza en los métodos de pagos, sugiriendo medidas como términos claros, certificados de pago seguro y atención eficiente", las limitaciones en marketing y publicidad, "recomendando medidas como las ofertas exclusivas, las colaboraciones con influencers y la recopilación de opiniones de clientes satisfechos", y, por último, el problema de las devoluciones masivas, "que se podrán afrontar con métodos de gestión como cobro de tasa, seguimiento de la conducta de los clientes"

Además, el trabajo pone el énfasis en la importancia de la formación de los comerciantes para entender las plataformas digitales y aprovechar todas las ventajas y oportunidades que ofrece. Para superar las barreras que experimenta el comercio digital en Logroño se requiere esfuerzos conjuntos de los compradores y vendedores.

Uno de cada tres locales comerciales está vacío

En su trabajo, Pilar San Pedro destaca que "el comercio logroñés ha perdido 817 establecimientos desde 2018 y han abierto sus puertas 519 en el mismo periodo de tiempo, lo que ofrece un saldo negativo". Por ello, el trabajo se ha marcado como objetivo "identificar los factores que explican el aumento de locales comerciales vacíos y encontrar posibles soluciones para su ocupación". Entre los principales resultados obtenidos destaca que a pesar de que el 29,77% de los locales comerciales estén

vacíos, las ventas en las tiendas físicas de la zona se mantienen.

Además, “los comerciantes y clientes perciben que gimnasios, tiendas asiáticas y restaurantes de comida rápida son los negocios que se están abriendo”. En contraposición, “consideran que los comercios que más están cerrando son las tiendas de ropa, negocios tradicionales y sucursales bancarias”. Ambos grupos coinciden en que el motivo de estos cierres radica en los nuevos hábitos de consumo, la falta de aparcamiento y la subida del precio de los costos operativos.

25 de enero, hoy no es tu día

A crear.

Asociación de
Empresas de
Comunicación
de La Rioja

Hoy no es tu día, no agobiarse, es el día de la Publicidad. Programa Día de la Publicidad 2024 25/ENERO SAN PUBLICITO Fiesta de la Publicidad con las empresas y profesionales de la publicidad.

25 enero a las 14 h.

Café-Bar Nuevo Dominó

Actuación musical The Nowhere Plan

2/FEBRERO DIVULGANDO Y CONTAGIANDO Taller sobre cómo crear una campaña publicitaria

2 febrero a las 9,45 h.

Colegio Adoratrices.

Actividad realizada con los alumnos y alumnas de 6º de Primaria para que conozcan cómo se idea y desarrolla una campaña publicitaria a través de una acción práctica

15/FEBRERO HAPPENING CONTRA LOS TRASTORNOS Actividad práctica de Street Marketing para los alumnos y alumnas del IES Comercio.

15 febrero a las 17 h. IES Comercio

Presentación de los trabajos.

Ejercicio de elaboración y desarrollo de una campaña de Street Marketing ideada por los estudiantes del 2º curso del Grado de Marketing y Publicidad del IES Comercio sobre el tema de los trastornos en la adolescencia, con el objetivo de visibilizarlos y generar concienciación. La temática ha sido decidida por los propios alumnos, que se convierten en creadores de una campaña dirigida a ellos mismos, como público objetivo y a toda la sociedad.

29/FEBRERO TODO ES PORTADA Charla con Rodrigo Sánchez. Periodista y diseñador editorial.

29 de febrero a las 12h.

ESDIR

Rodrigo Sánchez es periodista y diseña periódicos, revistas, libros y carteles llenos de noticias, fotografías e ilustraciones. Lleva casi 40 años intentando vincular rigor, verdad, audacia, imaginación y estética en un malabar juego de manos y letras. Ha pasado por los diarios ABC, Cinco Días y El Sol; las revistas Cambio 16 y Mercado; y desde 1992, en el diario El Mundo de Madrid, donde trabajó, primero como Director de Arte de Revistas y luego como Director de Arte del diario.

En 2022 funda su propio estudio de diseño, RODRIGO SÁNCHEZ BOLD, que colabora con diferentes cabeceras periodísticas

nacionales e internacionales, grandes museos, editoriales y corporaciones, produciendo suplementos, portadas de revista, portadas de libros, catálogos de exposiciones, carátulas de televisión, logos y marcas gráficas.

11/MARZO MEJOR HACERLO QUE DECIRLO Charla con Javier Perales. Senior Manager & Product Marketing de Visa
11 de marzo a las 13h.

Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja.

Con una gran experiencia en Marketing, Comunicación, Digital y Customer Experience, acumulada durante más de 20 años trabajando en todas las disciplinas del marketing, tanto desde el lado del cliente como desde el lado de la agencia creativa, Javier Perales cuenta con un perfil analítico y de resolución de problemas.

Desde 2018, trabaja en Visa, donde desarrolla planes de marketing holísticos para productos principales y para crear plataformas de marketing para ayudar a los clientes de Visa a impulsar sus transacciones con Visa con marca preferente en todo el ecosistema de pagos. Durante su trayectoria ha trabajado desde la agencia creativa y desde el lado del cliente. Muy fan de “Piensa en ti como un cliente” y “Hacer que las cosas sucedan”. Social, apasionado, jugador de equipo, enfocado y optimista.

Charla con Sonia Estévez. Directora, productora y animadora.

13 de marzo a las 16h.

IES Sagasta.

Sonia es directora, productora y animadora en animación stop motion . Es socia fundadora y administradora de la productora independiente especializada en animación stop motion, Tik Tak Film Studio. Ha dirigido profesionalmente dos cortometrajes; Txotxongiloa y Malkoak y varios anuncios publicitarios en esta técnica de animación. Actualmente dirige el cortometraje “Plazer bat”.

También tiene formación en Química Ambiental y Forestal, por lo que fusiona producción audiovisual y sostenibilidad.

Está nominada a los Premios Goya 2024 por el cortometraje de animación Txotxongiloa.

No os podéis perder nada del programa del Día de la Publicidad.

Más cositas en www.a-crear.com

Más planes en GO!

A Crear se alía con los IES Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad

Un vermú, charlas y un taller para sexto de Primaria completarán los actos, que se prolongarán hasta el 13 de marzo. Un vermú, charlas y un taller para sexto de Primaria completarán los actos, que se prolongarán hasta el 13 de marzo.

LOGROÑO, 22 (EUROPA PRESS)

La Asociación de Empresas de Comunicación de La Rioja, A Crear, se ha aliado con los Institutos de Enseñanza Secundaria (IES) Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad, que se celebra cada 25 de enero, y alrededor del que habrá un programa de actos que se prolongarán hasta el 13 de marzo.

Con el objetivo de mostrar, divulgar y sensibilizar sobre los procesos creativos que conllevan los trabajos publicitarios, A crear ha organizado una serie de actividades que han sido presentadas hoy, en rueda de prensa, por la presidenta de la asociación, Lola Zuazo.

También han estado presentes el jefe de estudios adjunto de la ESDIR, Juanan López; el jefe de estudios del IES Sagasta, Emilio Ángel; el coordinador del ciclo formativo de grado superior de Marketing y Publicidad del IES Comercio, Mario Pérez; y la directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, Cristina Olarte.

Las actividades comenzarán este jueves, 25 de enero, con un vermú entre las agencias y profesionales del sector en la Rioja. San Publicito se celebrará en el Café Dominó y contará con la actuación musical de The Nowhere Plan.

El siguiente viernes, 2 de febrero, se llevará la publicidad a las aulas más tempranas a través de un taller que se realizará con los alumnos y alumnas de sexto de Primaria del Colegio Adoratrices. Se trata de una actividad para que conozcan cómo se idea y desarrolla una campaña publicitaria a través de una acción práctica con ellos.

HAPPENING CONTRA LOS TRASTORNOS

También se ha organizado, de nuevo, una actividad práctica, y relacionada con su currículum, con los estudiantes de segundo curso del Grado de Marketing y Publicidad del IES Comercio.

Bajo el paraguas del 'street marketing', los estudiantes han elegido una temática que han denominado 'Happening contra los trastornos'. Con él, tratarán cuestiones como la exigencia de la autoimagen, la alimentación o la ansiedad como problemas a los que se enfrentan los jóvenes de su edad.

Los alumnos y alumnas se convertirán en creadores de una campaña que va dirigida tanto a ellos mismos como a toda la sociedad y lo harán con la tutela y asesoramiento de las propias agencias de A Crear, que darán un enfoque profesional a las propuestas del alumnado. La presentación de los trabajos tendrá lugar el 15 de febrero en el propio centro.

Por otro lado, abrirá la ronda de charlas Rodrigo Sánchez; "un disruptivo del diseño editorial", en palabras de Zuazo. Ha pasado por ABC, Cinco Días y El Sol; las revistas Cambio 16 y Mercado; y, desde 1992, en el diario El Mundo de Madrid, donde trabajó primero como director de Arte de Revistas y luego como director de Arte del diario.

Rodrigo Sánchez es periodista y diseña periódicos, revistas, libros y carteles llenos de noticias, fotografías e ilustraciones. Lleva casi 40 años intentando vincular rigor, verdad, audacia, imaginación y estética en un malabar juego de manos y letras.

En 2022 funda su propio estudio de diseño, RODRIGO SÁNCHEZ BOLD, que colabora con diferentes cabeceras periodísticas nacionales e internacionales, grandes museos, editoriales y corporaciones, produciendo suplementos, portadas de revista, portadas de libros, catálogos de exposiciones, carátulas de televisión, logos y marcas gráficas. Será el 29 de febrero en la ESDIR y el título de la charla es 'Todo es portada'

La segunda charla será el 11 de marzo en la Universidad de La Rioja y correrá a cargo de Javier Perales, Senior Manager Brand & Product Marketing de VISA.

Perales atesora una gran experiencia en Marketing, Comunicación, Digital y Customer Experience, durante más de 20 años trabajando en todas las disciplinas del marketing, tanto desde el lado del cliente como desde el lado de la agencia creativa, Trabaja en Visa desde 2018 donde, entre otras cosas, crear plataformas de marketing para ayudar a los clientes de Visa a impulsar sus transacciones con esta marca dentro de todo el ecosistema de pagos.

ACERCANDO EL STOP MOTION

La tercera y última charla será sobre un tema novedoso, tanto por el contenido como por la colaboración. La directora, productora y animadora Sonia Stévez hablará sobre 'La emoción del 'stop motion' y realizará en el IES Sagasta para los alumnos y

alumnas del nuevo Ciclo Superior de Animación 3D Juegos y Entornos Interactivos.

A través de este juego de palabras que describe la capacidad del 'stop motion' de adaptarse a todo tipo de formatos y lenguajes, como el publicitario o el cinematográfico y del extraordinario resultado que surge, Sonia Stévez, que está nominada a los Premios Goya 2024 con el cortometraje de animación Txotxongiloa, contará en qué consiste la técnica, las claves y partes de su proceso de trabajo y su aplicación concreta a una campaña de publicidad y al cine.

Stévez es directora, productora y animadora en animación 'stop motion'. Es socia fundadora y administradora de la productora independiente especializada en animación 'stop motion', Tik Tak Film Studio.

Ha dirigido profesionalmente dos cortometrajes, Txotxongiloa y Malkoak, y varios anuncios publicitarios en esta técnica de animación. Actualmente dirige el cortometraje Plazer Bat. También tiene formación en Química Ambiental y Forestal, por lo que fusiona producción audiovisual y sostenibilidad.

Las charlas son de libre asistencia, previa inscripción en la Web de A crear.

A Crear se alía con los IES Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad



Un vermú, charlas y un taller para sexto de Primaria completarán los actos, que se prolongarán hasta el 13 de marzo LOGROÑO, 22 Ene. (EUROPA PRESS) - La Asociación de Empresas de Comunicación de La Rioja, A Crear, se ha aliado con los Institutos de Enseñanza Secundaria (IES) Comercio y Sagasta para conmemorar el Día de la Publicidad, que se celebra cada 25 de enero, y alrededor del que habrá un programa de actos que se prolongarán hasta el 13 de marzo.

Con el objetivo de mostrar, divulgar y sensibilizar sobre los procesos creativos que conllevan los trabajos publicitarios, A crear ha organizado una serie de actividades que han sido presentadas hoy, en rueda de prensa, por la presidenta de la asociación, Lola Zuazo.

También han estado presentes el jefe de estudios adjunto de la ESDIR, Juanan López; el jefe de estudios del IES Sagasta, Emilio Ángel; el coordinador del ciclo formativo de grado superior de Marketing y Publicidad del IES Comercio, Mario Pérez; y la directora de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja, Cristina Olarte.

Las actividades comenzarán este jueves, 25 de enero, con un vermú entre las agencias y profesionales del sector en la Rioja. San Publicito se celebrará en el Café Dominó y contará con la actuación musical de The Nowhere Plan.

El siguiente viernes, 2 de febrero, se llevará la publicidad a las aulas más tempranas a través de un taller que se realizará con los alumnos y alumnas de sexto de Primaria del Colegio Adoratrices. Se trata de una actividad para que conozcan cómo se idea y desarrolla una campaña publicitaria a través de una acción práctica con ellos.

HAPPENING CONTRA LOS TRASTORNOS

También se ha organizado, de nuevo, una actividad práctica, y relacionada con su currículum, con los estudiantes de segundo curso del Grado de Marketing y Publicidad del IES Comercio.

Bajo el paraguas del 'street márketing', los estudiantes han elegido una temática que han denominado 'Happening contra los trastornos'. Con él, tratarán cuestiones como la exigencia de la autoimagen, la alimentación o la ansiedad como problemas a los que se enfrentan los jóvenes de su edad.

Los alumnos y alumnas se convertirán en creadores de una campaña que va dirigida tanto a ellos mismos como a toda la sociedad y lo harán con la tutela y asesoramiento de las propias agencias de A Crear, que darán una enfoque profesional a las

propuestas del alumnado. La presentación de los trabajos tendrá lugar el 15 de febrero en el propio centro.

Por otro lado, abrirá la ronda de charlas Rodrigo Sánchez; "un disruptivo del diseño editorial", en palabras de Zuazo. Ha pasado por ABC, Cinco Días y El Sol; las revistas Cambio 16 y Mercado; y, desde 1992, en el diario El Mundo de Madrid, donde trabajó primero como director de Arte de Revistas y luego como director de Arte del diario.

Rodrigo Sánchez es periodista y diseña periódicos, revistas, libros y carteles llenos de noticias, fotografías e ilustraciones. Lleva casi 40 años intentando vincular rigor, verdad, audacia, imaginación y estética en un malabar juego de manos y letras.

En 2022 funda su propio estudio de diseño, RODRIGO SÁNCHEZ BOLD, que colabora con diferentes cabeceras periodísticas nacionales e internacionales, grandes museos, editoriales y corporaciones, produciendo suplementos, portadas de revista, portadas de libros, catálogos de exposiciones, carátulas de televisión, logos y marcas gráficas. Será el 29 de febrero en la ESDIR y el título de la charla es 'Todo es portada'

La segunda charla será el 11 de marzo en la Universidad de La Rioja y correrá a cargo de Javier Perales, Senior Manager Brand & Product Marketing de VISA.

Perales atesora una gran experiencia en Marketing, Comunicación, Digital y Customer Experience, durante más de 20 años trabajando en todas las disciplinas del marketing, tanto desde el lado del cliente como desde el lado de la agencia creativa, Trabaja en Visa desde 2018 donde, entre otras cosas, crear plataformas de marketing para ayudar a los clientes de Visa a impulsar sus transacciones con esta marca dentro de todo el ecosistema de pagos.

ACERCANDO EL STOP MOTION

La tercera y última charla será sobre un tema novedoso, tanto por el contenido como por la colaboración. La directora, productora y animadora Sonia Stévez hablará sobre 'La emoción del 'stop motion' y realizará en el IES Sagasta para los alumnos y alumnas del nuevo Ciclo Superior de Animación 3D Juegos y Entornos Interactivos.

A través de este juego de palabras que describe la capacidad del 'stop motion' de adaptarse a todo tipo de formatos y lenguajes, como el publicitario o el cinematográfico y del extraordinario resultado que surge, Sonia Stévez, que está nominada a los Premios Goya 2024 con el cortometraje de animación Txotxongiloa, contará en qué consiste la técnica, las claves y partes de su proceso de trabajo y su aplicación concreta a una campaña de publicidad y al cine.

Stévez es directora, productora y animadora en animación 'stop motion'. Es socia fundadora y administradora de la productora independiente especializada en animación 'stop motion', Tik Tak Film Studio.

Ha dirigido profesionalmente dos cortometrajes, Txotxongiloa y Malkoak, y varios anuncios publicitarios en esta técnica de animación. Actualmente dirige el cortometraje Plazer Bat. También tiene formación en Química Ambiental y Forestal, por lo que fusiona producción audiovisual y sostenibilidad.

Las charlas son de libre asistencia, previa inscripción en la Web de A crear.

El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



En la era digital, en la que las compras en línea han transformado el panorama del comercio global, las tiendas físicas están desapareciendo de las calles. ¿Qué impulsa a las personas a seguir visitando establecimientos físicos cuando tienen la opción de comprar desde la comodidad de su hogar con un solo clic?

Este artículo busca desvelar las razones detrás de esta elección, basándose en el estudio realizado en la Cátedra de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja, en el que se ha entrevistado a 959 clientes del comercio logroñés.

Con el objetivo de identificar las diferencias entre la compra en tienda física y la compra online seleccionamos dos categorías de productos: la más comprada en tienda física (lotería) y la más comprada online (moda).

En la primera categoría incluimos cualquier tipo de apuestas, juegos de azar y loterías (como la de Navidad, la más comprada en tienda física). En la categoría ropa incluimos todo tipo de prendas de vestir, calzado y complementos, que son los productos más comprados en las tiendas online.

La experiencia sensorial y emocional

La tienda física sigue importando a los clientes: la intención de compra es alta, principalmente para las mujeres y las personas mayores que, además, son los segmentos de población que presentan un mayor hábito de compra en estos establecimientos.

Una de las principales razones por la que los consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas es la capacidad de interactuar directamente con los productos. El estudio muestra que, especialmente en la compra de ropa, interactuar con los artículos es un factor crucial para los consumidores adultos. Valoran poder tocar, probar y ver de cerca los productos antes de comprarlos pues esto reduce la incertidumbre y aumenta su satisfacción con la compra.

Además, las emociones juegan un papel significativo en la experiencia de compra. Las tiendas físicas proporcionan un ambiente que puede generar placer, estimulación y una sensación de satisfacción. Estos aspectos emocionales son difíciles de replicar en las plataformas de comercio electrónico, donde la interacción es puramente digital.

Leer más: [Cómo nació el concepto de ir de compras y lo que supuso para la mujer del XIX](#)

El papel del asesoramiento y la atención al cliente

La atención personalizada sigue siendo uno de los servicios fundamentales de las tiendas físicas, y algo que muchos consumidores valoran. Según nuestro estudio, los consumidores destacan la importancia de contar con asesoramiento “en persona”, especialmente en productos como la lotería y la ropa.

En las tiendas físicas, los vendedores pueden ofrecer recomendaciones y ayudar a resolver dudas de manera inmediata, lo que crea una relación humana de confianza que rara vez se encuentra en las plataformas en línea.

En el caso de la lotería, los clientes sienten que la atención personalizada y la posibilidad de interactuar directamente con los vendedores aumenta la seguridad de la compra. Este es un ejemplo claro de cómo el contacto humano sigue siendo clave para muchas decisiones de compra.

Leer más: El arte de aprender a vender

Seguridad y confianza

Otro factor que sigue inclinando la balanza a favor de las tiendas físicas es la percepción de seguridad. Los consumidores sienten que comprar en una tienda física es más seguro, especialmente en productos como la lotería: la interacción física con el boleto les genera mayor confianza. La posibilidad de recibir el producto inmediatamente después de la compra también reduce el riesgo percibido.

El comercio en línea ha mejorado significativamente en términos de seguridad, pero para ciertos consumidores, especialmente los mayores de 50 años, la seguridad percibida en las tiendas físicas sigue siendo mayor.

Leer más: ¿Qué es la suerte? Del ciego azar a la diosa fortuna o el destino

La gratificación instantánea y el hábito

Uno de los elementos que más destaca el estudio es la gratificación inmediata que ofrecen las tiendas físicas. A diferencia del comercio en línea –donde los consumidores deben esperar para recibir sus productos–, en las tiendas físicas, en muchas categorías de productos, pueden llevárselos en el acto. Este factor es especialmente relevante en productos de uso cotidiano y urgente, como ropa o alimentos.

El hábito de compra también desempeña un papel importante. Para muchas personas, ir a una tienda física es un comportamiento automatizado que han mantenido durante años. El estudio revela que este hábito es más fuerte en las consumidoras mayores de 50 años, quienes han crecido en un entorno donde las tiendas físicas eran la única opción. Para ellas, las tiendas físicas siguen siendo un entorno cómodo y familiar.

Un reto para el comercio físico es atraer a los jóvenes, ya que son los que más evitan estos establecimientos para realizar sus compras, especialmente cuando se trata de prendas de vestir, calzado y complementos.

Leer más: Cómo la arquitectura y el diseño han revolucionado la forma de comprar en las tiendas de lujo

La experiencia de la compra-paseo como ocio

Las tiendas físicas se han adaptado a los tiempos modernos, convirtiéndose en espacios que ofrecen más que una simple transacción comercial. Muchas de ellas han evolucionado hacia centros de entretenimiento, integrando restaurantes, áreas de recreación e incluso experiencias inmersivas para atraer a los consumidores que pueden llegar a ellas dando un paseo.

El estudio apunta a que las personas no solo van de compras para adquirir productos, sino también para disfrutar de una experiencia completa que involucra aspectos sociales y sensoriales. Las tiendas físicas les ofrecen la oportunidad de desconectar y socializar en un entorno diferente al de su vida cotidiana.

Leer más: Factores de riesgo para caer en la adicción a las compras

Desafíos y oportunidades para las tiendas físicas

A pesar de los beneficios que ofrecen las tiendas físicas, enfrentan el desafío de un entorno cada vez más digital. Uno de los inconvenientes más citados por los consumidores en el estudio es el desplazamiento al que obliga la compra en la tienda física, que para muchos implica un esfuerzo adicional en términos de tiempo y transporte. Además, las tiendas físicas a menudo tienen menos variedad que las plataformas en línea, donde los consumidores pueden encontrar más fácilmente una gama más amplia de productos.

Sin embargo, esta percepción negativa puede convertirse en una oportunidad. Las tiendas físicas pueden capitalizar su cercanía y el sentido de comunidad que generan, promoviendo la compra local y la solidaridad con los pequeños comercios. Según el informe, solo el 2,4 % de los encuestados mencionaron la solidaridad con el pequeño comercio como un factor clave para la

compra en tiendas físicas, lo que sugiere que este aspecto podría potenciarse con campañas de sensibilización.

Leer más: La ciudad de los 15 minutos, el comercio de barrio y la libertad de los consumidores

Un futuro de coexistencia del comercio físico y en línea

El estudio concluye que las tiendas físicas y el comercio en línea deben verse como complementarios en un ecosistema comercial en evolución. Las tiendas físicas pueden ofrecer experiencias sensoriales y emocionales que el comercio en línea aún no puede. En cambio, las plataformas digitales destacan por su conveniencia y variedad.

Siempre que continúen adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores, las tiendas físicas seguirán siendo relevantes en la era digital. Con el objetivo de atraer al segmento joven, es fundamental que trabajen en dar visibilidad a las utilidades y facilidades que proporciona la tienda física para, por ejemplo, solucionar posibles problemas derivados de la compra. Además, su capacidad para ofrecer una experiencia de compra única, basada en la interacción humana tangible y la gratificación instantánea, las posiciona como una valiosa opción en un mundo cada vez más digital.

Todos los autores son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño. Este artículo es un extracto del estudio “Atractivo de las tiendas físicas en la era digital: ¿Por qué las elegimos?

Este artículo fue publicado originalmente en The Conversation , un sitio de noticias sin fines de lucro dedicado a compartir ideas de expertos académicos.

Lee mas:

¿Por qué compramos billetes de lotería?

De cómo la digitalización cambió la forma de operar de las agencias de viaje tradicionales

La ciudad de los 15 minutos, el comercio de barrio y la libertad de los consumidores

Cristina Olarte-Pascual, Alba García Milon, Eva Reinares Lara, Jorge Pelegrín Borondo y Natalia Medrano Sáez son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y La Universidad de La Rioja que se financia con el Convenio Marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General de la Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

Cristina Olarte-Pascual, Alba García Milon, Eva Reinares Lara, Jorge Pelegrín Borondo y Natalia Medrano Sáez son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y La Universidad de La Rioja que se financia con el Convenio Marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General de la Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.

El poder de lo tangible: ¿por qué elegimos las tiendas físicas en la era digital?



Jasen Wright/Shutterstock Authors Cristina Olarte-Pascual Catedrática de Marketing y Directora de la Cátedra de Comercio, Universidad de La Rioja Alba García-Milon

Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja

Eva Reinares-Lara

Catedrática de Comercialización e Investigación del Mercados, Universidad Rey Juan Carlos

Jorge Pelegrín Borondo

Catedrático del área de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de La Rioja

Natalia Medrano Sáez

Profesora de Marketing, Universidad de La Rioja

En la era digital, en la que las compras en línea han transformado el panorama del comercio global, las tiendas físicas están desapareciendo de las calles. ¿Qué impulsa a las personas a seguir visitando establecimientos físicos cuando tienen la opción de comprar desde la comodidad de su hogar con un solo clic?

Este artículo busca desvelar las razones detrás de esta elección, basándose en el estudio realizado en la Cátedra de Comercio del Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja, en el que se ha entrevistado a 959 clientes del comercio logroñés.

Con el objetivo de identificar las diferencias entre la compra en tienda física y la compra online seleccionamos dos categorías de productos: la más comprada en tienda física (lotería) y la más comprada online (moda).

En la primera categoría incluimos cualquier tipo de apuestas, juegos de azar y loterías (como la de Navidad, la más comprada en tienda física). En la categoría ropa incluimos todo tipo de prendas de vestir, calzado y complementos, que son los productos más comprados en las tiendas online.

La experiencia sensorial y emocional La tienda física sigue importando a los clientes: la intención de compra es alta, principalmente para las mujeres y las personas mayores que, además, son los segmentos de población que presentan un mayor hábito de compra en estos establecimientos.

Una de las principales razones por la que los consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas es la capacidad de interactuar directamente con los productos. El estudio muestra que, especialmente en la compra de ropa, interactuar con los artículos es un factor crucial para los consumidores adultos. Valoran poder tocar, probar y ver de cerca los productos antes de comprarlos pues esto reduce la incertidumbre y aumenta su satisfacción con la compra.

Además, las emociones juegan un papel significativo en la experiencia de compra. Las tiendas físicas proporcionan un ambiente que puede generar placer, estimulación y una sensación de satisfacción. Estos aspectos emocionales son difíciles de replicar en las plataformas de comercio electrónico, donde la interacción es puramente digital.

El papel del asesoramiento y la atención al cliente La atención personalizada sigue siendo uno de los servicios fundamentales de las tiendas físicas, y algo que muchos consumidores valoran. Según nuestro estudio, los consumidores destacan la importancia de contar con asesoramiento “en persona”, especialmente en productos como la lotería y la ropa.

En las tiendas físicas, los vendedores pueden ofrecer recomendaciones y ayudar a resolver dudas de manera inmediata, lo que crea una relación humana de confianza que rara vez se encuentra en las plataformas en línea.

En el caso de la lotería, los clientes sienten que la atención personalizada y la posibilidad de interactuar directamente con los vendedores aumenta la seguridad de la compra. Este es un ejemplo claro de cómo el contacto humano sigue siendo clave para muchas decisiones de compra.

Seguridad y confianza Otro factor que sigue inclinando la balanza a favor de las tiendas físicas es la percepción de seguridad. Los consumidores sienten que comprar en una tienda física es más seguro, especialmente en productos como la lotería: la interacción física con el boleto les genera mayor confianza. La posibilidad de recibir el producto inmediatamente después de la compra también reduce el riesgo percibido.

El comercio en línea ha mejorado significativamente en términos de seguridad, pero para ciertos consumidores, especialmente los mayores de 50 años, la seguridad percibida en las tiendas físicas sigue siendo mayor.

La gratificación instantánea y el hábito Uno de los elementos que más destaca el estudio es la gratificación inmediata que ofrecen las tiendas físicas. A diferencia del comercio en línea –donde los consumidores deben esperar para recibir sus productos–, en las tiendas físicas, en muchas categorías de productos, pueden llevárselos en el acto. Este factor es especialmente relevante en productos de uso cotidiano y urgente, como ropa o alimentos.

El hábito de compra también desempeña un papel importante. Para muchas personas, ir a una tienda física es un comportamiento automatizado que han mantenido durante años. El estudio revela que este hábito es más fuerte en las consumidoras mayores de 50 años, quienes han crecido en un entorno donde las tiendas físicas eran la única opción. Para ellas, las tiendas físicas siguen siendo un entorno cómodo y familiar.

Un reto para el comercio físico es atraer a los jóvenes, ya que son los que más evitan estos establecimientos para realizar sus compras, especialmente cuando se trata de prendas de vestir, calzado y complementos.

La experiencia de la compra-paseo como ocio Las tiendas físicas se han adaptado a los tiempos modernos, convirtiéndose en espacios que ofrecen más que una simple transacción comercial. Muchas de ellas han evolucionado hacia centros de entretenimiento, integrando restaurantes, áreas de recreación e incluso experiencias inmersivas para atraer a los consumidores que pueden llegar a ellas dando un paseo.

El estudio apunta a que las personas no solo van de compras para adquirir productos, sino también para disfrutar de una experiencia completa que involucra aspectos sociales y sensoriales. Las tiendas físicas les ofrecen la oportunidad de desconectar y socializar en un entorno diferente al de su vida cotidiana.

Desafíos y oportunidades para las tiendas físicas A pesar de los beneficios que ofrecen las tiendas físicas, enfrentan el desafío de un entorno cada vez más digital. Uno de los inconvenientes más citados por los consumidores en el estudio es el desplazamiento al que obliga la compra en la tienda física, que para muchos implica un esfuerzo adicional en términos de tiempo y transporte. Además, las tiendas físicas a menudo tienen menos variedad que las plataformas en línea, donde los consumidores pueden encontrar más fácilmente una gama más amplia de productos.

Sin embargo, esta percepción negativa puede convertirse en una oportunidad. Las tiendas físicas pueden capitalizar su cercanía y el sentido de comunidad que generan, promoviendo la compra local y la solidaridad con los pequeños comercios. Según el informe, solo el 2,4 % de los encuestados mencionaron la solidaridad con el pequeño comercio como un factor clave para la compra en tiendas físicas, lo que sugiere que este aspecto podría potenciarse con campañas de sensibilización.

Un futuro de coexistencia del comercio físico y en línea El estudio concluye que las tiendas físicas y el comercio en línea deben verse como complementarios en un ecosistema comercial en evolución. Las tiendas físicas pueden ofrecer experiencias sensoriales y emocionales que el comercio en línea aún no puede. En cambio, las plataformas digitales destacan por su conveniencia y variedad.

Siempre que continúen adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores, las tiendas físicas seguirán siendo relevantes en la era digital. Con el objetivo de atraer al segmento joven, es fundamental que trabajen en dar visibilidad a las

utilidades y facilidades que proporciona la tienda física para, por ejemplo, solucionar posibles problemas derivados de la compra. Además, su capacidad para ofrecer una experiencia de compra única, basada en la interacción humana tangible y la gratificación instantánea, las posiciona como una valiosa opción en un mundo cada vez más digital.

Todos los autores son miembros de la Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño. Este artículo es un extracto del estudio “Atractivo de las tiendas físicas en la era digital: ¿Por qué las elegimos?



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

Resumen
Televisión

05/01/2025



- Premios Comercio Excelente Logroño 2024

Universidad de La Rioja - La 1 La Rioja - Informativo :: 13/12/2024 14:00:00 | Duración: 00:01:19



- Presentación de los ganadores de los Premios Comercio Excelente de la ciudad de Logroño 2024

Universidad de La Rioja - TVR (La Rioja) - Informativo :: 13/12/2024 14:00:00 | Duración: 00:02:15



- Premios de la Cátedra de Comercio

Universidad de La Rioja - La 7 Rioja - 7Magazine :: 11/12/2024 16:01:01 | Duración: 00:12:30



- Una aplicación gratuita para que los comerciantes puedan realizar un autodiagnóstico

Universidad de La Rioja - La 1 La Rioja - Noticias La Rioja 2 :: 16/05/2024 16:19:11 | Duración: 00:01:26



- El Ayuntamiento de Logroño y la Universidad de La Rioja lanzan una aplicación de autodiagnóstico para comercios locales

Universidad de La Rioja - La 7 de La Rioja - 7 al Día :: 16/05/2024 15:37:21 | Duración: 00:01:22



- Logroño lanza una aplicación de autodiagnóstico para impulsar el comercio local

Universidad de La Rioja - La 7 de La Rioja - 7 al Día :: 16/05/2024 14:37:17 | Duración: 00:01:15



- La Universidad de La Rioja ha organizado un seminario sobre beneficios e inconvenientes percibidos por los consumidores de las compras en una tienda física

Universidad de La Rioja - La 7 de La Rioja - 7 al Día :: 26/02/2024 15:48:58 | Duración: 00:01:01



- La Universidad de La Rioja organiza seminario sobre beneficios e inconvenientes de compras en tienda física

Universidad de La Rioja - La 7 de La Rioja - 7 al Día :: 26/02/2024 14:48:49 | Duración: 00:01:08



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

Resumen
Radio

05/01/2025



- Iniciativa para impulsar el comercio local en Logroño

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - Hoy por Hoy Matinal La Rioja 7:20 :: 30/12/2024 07:25:04 | Duración: 00:01:40



- Iniciativa para impulsar el comercio local en Logroño

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - Hora 14 La Rioja :: 29/12/2024 14:22:13 | Duración: 00:02:12



- Incrementos en el comercio en Castilla-La Mancha y Castilla-León

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - Hora 14 La Rioja :: 21/12/2024 14:14:19 | Duración: 00:01:30



- La campaña navideña impulsa el comercio en La Rioja

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - Hoy por Hoy La Rioja :: 20/12/2024 13:19:34 | Duración: 00:00:48



- Encuentro de cátedras universitarias de comercio en Canarias

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - Hoy por Hoy La Rioja :: 20/12/2024 13:20:11 | Duración: 00:00:34



- Nueva plataforma de e-commerce para comercios locales en Logroño

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - La Ventana de La Rioja :: 10/12/2024 19:31:28 | Duración: 00:03:47



- Cierre de comercios locales en Logroño preocupa a jóvenes

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - La Ventana de La Rioja :: 10/12/2024 19:25:27 | Duración: 00:07:00



- Entrevista a Javier Lorente , presidente de la Asociación Calahorra Ciudad Comercial //El comercio local se prepara para el Black Friday con descuentos reales en Calahorra

Universidad de La Rioja - SER Calahorra - HOY POR HOY LA RIOJA BAJA :: 28/11/2024 12:24:01 | Duración: 00:09:52



- La Rioja se prepara para el Black Friday y la Navidad con un aumento del comercio local y la presión del comercio online

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - HOY POR HOY LA RIOJA :: 26/11/2024 12:29:59 | Duración: 00:10:42



- Presentación de los Premios Comercio Excelente de Logroño 2024

Universidad de La Rioja - Onda Cero La Rioja - Programa 13h :: 03/10/2024 13:57:34 | Duración: 00:01:28



- El comercio local de Logroño se digitaliza para ser más competitivo

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 01/07/2024 13:51:15 | Duración: 00:01:38



- El Ayuntamiento de Logroño oferta plazas para campamento infantil de verano y la Universidad de La Rioja organiza curso sobre digitalización del comercio

Universidad de La Rioja - Onda Cero La Rioja - MÁS DE UNO LA RIOJA :: 01/07/2024 12:33:49 | Duración: 00:04:25



- Presentan herramienta online para autodiagnóstico del comercio local en Logroño

Universidad de La Rioja - Onda Cero La Rioja - Programa 13h :: 16/05/2024 13:56:21 | Duración: 00:02:16



- Ayuntamiento de Logroño lanza app para mejorar comercios locales

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 16/05/2024 13:48:44 | Duración: 00:01:51



- Los estudios de la Cátedra de Comercio de Logroño analizan la cara oscura del comercio digital y la situación de los locales desocupados del barrio del Carmen.

Universidad de La Rioja - SER Calahorra - PROGRAMACIÓN LOCAL :: 25/02/2024 14:26:00 | Duración: 00:03:06



- Seguimos hablando de la capital porque dos estudios de la Cátedra de Comercio de Logroño analizan la cara oscura del comercio digital y la situación de los locales desocupados del barrio del Carmen

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - HORA 14 LA RIOJA :: 25/02/2024 14:26:15 | Duración: 00:03:09



- Estudiantes de la Universidad de La Rioja investigan sobre locales comerciales vacíos y la cara oculta del comercio digital

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - HOY POR HOY LA RIOJA :: 20/02/2024 12:33:00 | Duración: 00:17:01



- Estudiantes de la Universidad de La Rioja proponen soluciones para revitalizar locales comerciales vacíos en Logroño

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - HOY POR HOY LA RIOJA :: 20/02/2024 12:21:20 | Duración: 00:00:44



- Estudiantes de la Universidad de La Rioja analizan la problemática de locales comerciales vacíos en Logroño

Universidad de La Rioja - SER La Rioja - HOY POR HOY LA RIOJA :: 20/02/2024 08:28:13 | Duración: 00:00:42



- Logroño ha perdido 817 establecimientos comerciales desde 2018 y desde entonces han abierto sus puertas 519//Una estudiante de la Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja ha elaborado un trabajo sobre los locales comerciales vacíos

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 19/02/2024 07:53:54 | Duración: 00:03:12



- Logroño ha perdido 817 establecimientos comerciales desde 2018

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 18/02/2024 13:34:09 | Duración: 00:03:40



- La Rioja ha perdido en un año 167 comercios minoristas , sólo en Logroño han cerrado 400 en los últimos diez años //Es una realidad que el cliente ha cambiado sus hábitos de consumo , por lo que las tiendas también tienen que evolucionar// Nos lo explican desde la cátedra de Comercio de la Universidad

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 22/01/2024 07:46:55 | Duración: 00:01:58



- La Rioja ha perdido en un año 167 comercios minoristas // Sólo en Logroño han cerrado 400 en los últimos diez años

Universidad de La Rioja - RNE 1 La Rioja - INFORMATIVO LA RIOJA :: 20/01/2024 13:33:45 | Duración: 00:02:33