


Tirada: 8536	DIARIO LA RIOJA	Superficie: 466 cm²	
Difusión: 7451		Ocupación: 55.67%	
Audiencia: 26078	La Rioja	Valor: 4.224,87 €	1 / 1
Ref: 12201582	General	Página: 60	
	1ª Edición	26/10/2020	

EL FUTURO DE LA RIOJA

UNA MIRADA AL PORVENIR DE LA REGIÓN CON...

«Logroño tiene comercios únicos»

Alba García Milon Doctoranda en Economía de la Empresa en la UR

DIEGO MARÍN A.

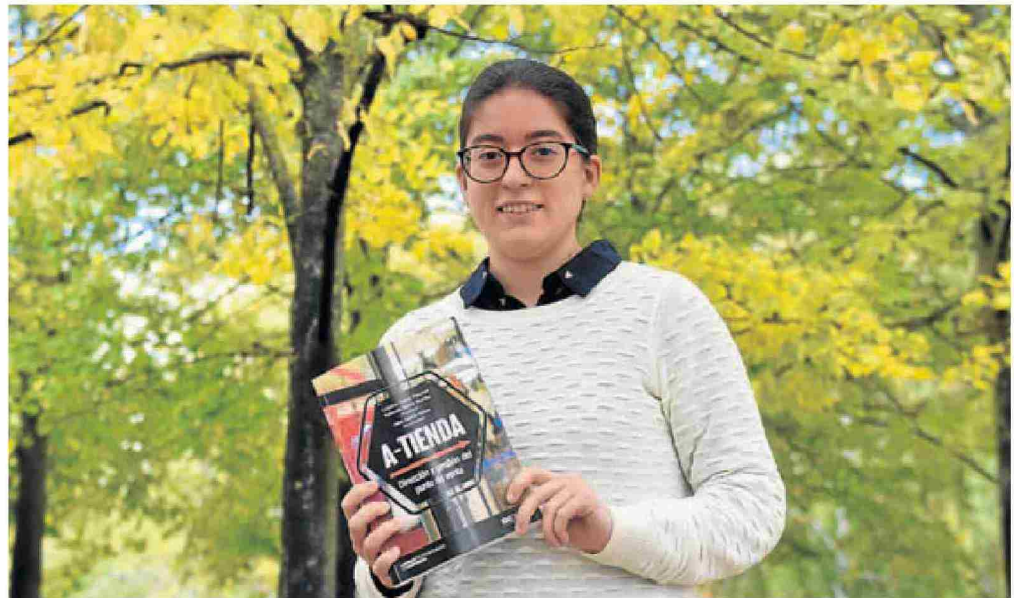
LOGROÑO. Doctoranda en Economía de la Empresa en la Universidad de La Rioja, la logroñesa de 25 años Alba García Milon posee un máster en Gestión de Empresas y otro en Profesorado. Forma parte de la Cátedra de Comercio de la UR y el Ayuntamiento de Logroño, para la que ha coordinado el libro 'A-Tienda. Dirección y gestión del punto de venta' (ESIC, 2020). Su trabajo sobre intención de compra de un nuevo vino logró el Primer Premio al Trabajo Fin de Máster de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión y un accésit en los Premios Académicos de la Asociación Española de Codificación Comercial.

– **¿Por qué le interesó investigar sobre comercio local?**

– Siempre he creído que el comercio es el motor de las ciudades y que, si no existiera, estas serían apocalípticas, sin vida. Creo que el comercio tiene cabida en cualquier escenario y entorno, así que, adaptándose a los cambios, puede permanecer. Yo apoyo al comercio desde la investigación, estoy realizando una tesis sobre turismo de compras, centrado en Logroño, el comportamiento del turista y las nuevas tecnologías.

– **¿Qué tipo de turismo de compras se da en Logroño?**

– Somos conocidos por el vino, mucha gente viene a disfrutar de experiencias enoturísticas



Alba García Milon posa con el libro 'A-Tienda' en el campus de la UR. **MIGUEL HERREROS**

y a comprar vino, pero Logroño tiene una buena identidad comercial, con comercios únicos. Logroño no es solo una ciudad para comprar vino, hay otros comercios que merece visitar.

– **El comercio parecía vivir una continua mala racha y el COVID-19 no ayuda... ¿Qué cree que deben hacer las tiendas para subsistir?**

– El comercio local lleva años sufriendo y los comerciantes no tienen una buena perspectiva de futuro, pero sus inquietudes siguen siendo las mismas, incluso se han reforzado. Muchas veces, cuando pensamos que surge una amenaza, podemos darle la vuelta y convertirlo en una

oportunidad. Quizá el comerciante no ha cambiado su perspectiva, pero sí los clientes, y se tienen que centrar en lo que necesitan.

– **Una 'pandemia' anterior para el comercio fueron las grandes superficies. ¿Puede el comercio minorista competir con ellas?**

– No directamente, pero sí puede ofrecer algo que no tienen. No puede competir en precio pero sí en calidad de atención y producto, sobre todo con proveedores locales.

– **Internet: ¿enemigo o amigo?**

– Depende. Al principio era una amenaza pero puede convertirse en un aliado con una tienda 'on line'. Hay que buscar

el equilibrio.

– **¿Qué tipo de tienda cree que funcionaría en Logroño?**

– Más que en el producto hay que centrarse en el cómo. De eso habla el libro 'A-Tienda', de gestionar bien el comercio, saber lo que busca el cliente, provocar que vuelva, aunque no compre, mantener la relación. Es el cómo atiendes y gestionas tus proveedores, tus redes sociales... Todo eso es lo que provoca que las tiendas tengan éxito.

– **¿Y qué tipo de tienda le gustaría tener a usted?**

– Una de juegos de mesa, aunque en Logroño hay una buena oferta. Es mi hobby y creo que quien tenga una tienda debe amar lo que vende.