

HA NACIDO ERRENKOALDE

Victoriano Domínguez

Recientemente ha sido creada una Asociación de Comerciantes, Hosteleros y Servicios en Rentería, llamada ERRENKOALDE. Nos ponemos en contacto con uno de sus creadores, Marcelo Mayoral.

V.- *¿Ya estás inventando cosas? ¿Cómo se te ocurrió la idea?*

M.- No es mía; existen muchas asociaciones de comercio. Lo que sí es mía, es la iniciativa de hacerlo aquí. Siento que es vital crear una asociación en Rentería que promueva, defienda, y haga respetar los intereses del pequeño comerciante. Como es sabido, a los problemas del pequeño comercio y a la pequeña empresa se añaden ahora la crisis, la competencia de las grandes superficies, los nuevos métodos de impuestos, y un gran etcétera.

V.- *¿Qué ventajas aportará la Asociación Errenkoalde al pequeño comerciante?*

M.- Como todos sabemos, la unión es fuerza. Dada la coyuntura actual del mercado, un comerciante solo, por muchas iniciativas que tenga, carece de los recursos necesarios para competir de igual a igual con los grandes. Sabemos de las técnicas de ventas y de marketing que utilizan ellos, y unidos, también nosotros tendremos los recursos que pueden promocionar el comercio de nuestro pueblo. Será más factible hacer campañas de publicidad "a lo grande", promociones, y, por qué no, ejercer cierta presión para obtener descuentos, créditos, etc.

V.- *Háblanos de ventajas e inconvenientes entre el comercio del pueblo y las grandes superficies.*

M.- *¿Ventajas del comercio popular?... ¡Mira!:*

- 1.- Inmediatez. Quieres esto, vas a la tienda, y ya está.
- 2.- El trato es personal, directo.
- 3.- Te asesoras, y te cercioras sobre qué producto es el más conveniente.
- 4.- El cambio, la reparación, en resumidas cuentas, la garantía es eficaz.
- 5.- La ayuda Post-Venta, que muchas veces se agradece tanto o más que el Previo-Venta...
- 6.- Y la economía, porque tenemos que mentalizarnos que a veces resulta más económico... ¿Te ríes?

V.- *Me río porque sé que esto va a ser difícil que lo entienda cierta gente, y a la vez, otros, los que están ya escaldados, asentirán muy de tu acuerdo.*

M.- Pues eso, si valoramos todo, pero todo eh! Observa el tiempo libre que uno, en lugar de emplear en tareas ociosas, invierte en la "Obligación-de-ir-de-Compras", el gasto en carburante para el desplazamiento, el consumo de cosas, que a menu-



do sólo se compran porque las has visto en las estanterías... ¿Sabes que en esos sitios se estudia con cuidado cómo desarrollar el deseo de adquisición?

V.- *¿Los inconvenientes?*

M.- Todos los derivados de ser pequeño. No sabes qué es un rappel, los pagos a proveedores son al contado, o como mucho a diez o quince días, e incluso existen sectores, como el de Informática, en donde el pago es previo, esto es, se hace el abono antes de recibir el material, y así no puedes ofrecer un precio competitivo. En dos palabras: Suele ser más caro.

V.- *¿Podría considerarse a la Asociación como una empresa de apoyo?*

M.- No exactamente. Está más cerca de ser una especie de Marca que aglutina a todos los asociados; a nivel de relación con proveedores, empresas financieras, de publicidad, etc., el logotipo de la Asociación nos servirá de tarjeta de visita, precisamente la que nos dará ante ellos las ventajas que buscamos.

V.- *Entonces es como si os absorbiera una gran empresa.*

M.- No. La Asociación solo supone añadir a la propia identidad de cada uno el sello de una alianza en general. Te voy a poner un ejemplo: En una campaña de marketing, la Asociación, por medio de su representante X, selecciona de entre varias empresas de publicidad a la que ofrezca más ventajas; evidentemente, como hay muchos clientes potenciales bajo el logotipo de la Asociación, ésta puede exigir mejores condiciones que un individuo aislado. Sin embargo, la decisión de quién se anuncia, cómo, y por medio de qué empresa, seguirá estando en manos de cada individuo.

V.- *Espero que esta iniciativa sea entendida y seguida por muchos comercios, porque yo también creo que el cliente prefiere consumir en la "tienda de su barrio" antes que en el gélido ambiente de las grandes superficies. Suerte, y adelante.*